Religion Society & Social media
Editor :
Fahmi Gunawan | Akbar |
Abdul Muiz | Syamsuddin

Religion Society & Social Media

Religion Society & Social Media

Editor:
Fahmi Gunawan
Akbar
Syamsuddin
Abdul Muiz Amir

RELIGION SOCIETY DAN SOCIAL MEDIA

Editor : Fahmi Gunawan, dkk
Desain Cover : Nama
Tata Letak Isi : Ika Fatria
Sumber Gambar : Sumber

Cetakan Pertama: Juli 2018

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581
Telp/Faks: (0274) 4533427
Website: www.deepublish.co.id
www.penerbitdeepublish.com
E-mail: cs@deepublish.co.id

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Religion Society dan Social Media/ed. Fahmi Gunawan, dkk.--Ed.1, Cet. 1--Yogyakarta: Deepublish, Juli 2018.

viii, 180 hlm.; Uk:15.5x23 cm

ISBN **978-Nomor ISBN**

1. Pendidikan I. Judul
370

PENGANTAR EDITOR

Respon dan refleksi para penulis buku ini sangat tampak setelah mengkaji relasi dinamika masyarakat dan media sosial dewasa ini. Media sosial telah banyak mempengaruhi perilaku kehidupan keseharian manusia, termasuk aspek keberagamaannya. Pengaruh tersebut dapat menjadi positif dan demikian pula menjadi negatif. Misalnya, orang dapat dengan mudahnya mendapatkan kajian agama di media sosial yang bahkan lebih menarik daripada ceramah agama di masjid. Akan tetapi di sisi lain, melalui media sosial pula, kelompok radikal dan teroris menjadi sangat mudah mengkampanyekan ideologi mereka yang keras dan kaku. Bahkan, pengetahuan dan pengalaman beragama pengguna media sosial berkembang sampai pada batas-batas yang menyentuh terbentuknya identitas sosial baru dengan latar agama. Misalnya, munculnya identitas muslim *kaffah* yang kemudian diperhadapkan dengan identitas keindonesiaan yang memancing posisi *kita-mereka* yang tentu saja berbahaya bagi keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) ini .

Di dunia pendidikan, media sosial dapat menjadi media pembelajaran yang efektif, tetapi juga sebaliknya dapat dimanfaatkan oleh lembaga-lembaga pendidikan untuk mempromosikan keunggulan lembaga pendidikannya yang sebenarnya tidak ada. Ironisnya lagi, orang tidak melakukan cek dan ricek tentang "jualan" lembaga pendidikan tersebut. Masalah yang juga menonjol di dunia pendidikan adalah munculnya *cyberbullying.* Anak-anak dan remaja bukan hanya menjadi korban, bahkan juga sebagai pelaku. Suasana *online* di media sosial mempunyai ciri khas yang tidak sama dengan dunia sehari-hari. Pengguna bisa sangat mudah keluar masuk dalam sebuah perbincangan, identitas bisa tidak dikenal, respon dapat ditunda, informasi bisa masuk ke akun seseorang tanpa diminta, dan lain-lain. Oleh karena itu, isu tertentu di media sosial akan bisa segera viral dan memunculkan tanggapan berbeda. Pro dan kontra tidak dapat

dihindari. Begitu pula, ujaran kasar, kata-kata menghina sangat mudah muncul, dan kesantunan berbahasa menjadi hilang sama sekali. Sentimen agama, kebencian dan ketersinggungan menjadi sangat mudah ditemukan di media sosial. Pada saat seperti ini, tampak tidak ada keinginan pengguna media sosial untuk menelusuri informasi yang yang lebih mendalam tentang kebenaran informasi yang disebarluaskan itu. Ajaran agama tentang *tabayyun* untuk mengklarifikasi berita atau infomasi, menjadi diabaikan.

Isu-isu hubungan masyarakat dan media sosial tersebut dikaji lebih mendalam oleh para penulis artikel buku ini. Buku ini hadir sebagai bagian dari usaha memetakan dinamika masyarakat dengan maraknya penggunaan internet yang tidak dapat dibendung, namun seharusnya dapat dikelola dengan baik. Buku ini hadir dari sebuah kegelisahan yang tak kunjung selesai mengenai hubungan masyarakat dan media sosial dewasa ini. Selamat Membaca.

Kendari, 11 Mei 2018

Editor

DAFTAR ISI

FACEBOOKER: PENISTA AGAMA DIMAAFKAN, FATWA ULAMA DIABAIKAN (STUDI LIVING AL-QUR'AN : QS. AL-ISRA' [17]:36)

Abdul Muiz Amir, Danial, & Syamsuddin
Institut Agama Islam Negeri Kendari
abdulmuiz@iainkendari.ac.id

A. PENDAHULUAN

Media sosial merupakan wadah publikasi yang semakin marak digunakan di era digital, bahkan penggunaannya semakin pesat hingga dapat diakses dengan mudah tanpa batas (Rohman, F. 2016). Sejak 2008, media sosial, seperti *Facebook* mulai memegang peranan penting sebagai media utama dalam pemberitaan dan publikasi opini (Mustafa, S. E., & Hamzah, A. 2010). Penggunaan *Facebook* sebagai media sosial antarmuka semakin mengambil peran penting dalam kehidupan bermasyarakat, bahkan perannya bukan hanya digunakan oleh individu tertentu, namun juga kelompok tertentu sebagai alternatif media publikasi. Penggunaanya pun semakin massif di ranah politik, agama, ekonomi, sosial budaya, lingkungan dan sebagainya. Khusus pada ranah politik dan agama, *Facebook* seringkali dijadikan wadah untuk saling menyerang dan berbalas opini, menuduh, mencaci maki, untuk menunjukkan eksistensi kelompok masing-masing bahwa kelompok atau golongan merekalah yang paling benar keyakinan dan opininya. Fakta ini menunjukkan bahwa *Facebook* sudah mengalami pergeseran fungsi dan perannya dari wadah publikasi cerita kehidupan sehari-hari menjadi wadah publikasi propaganda antar individu dan kelompok (Simangunsong, B. A. 2016).

Propaganda antar individu atau kelompok di Facebook atau disebut *Netizen*, tampaknya dilakukan secara mendadak untuk merespon informasi atau isu yang beredar. Tentu, dalam merespon isu ini, ada yang berada pada kelompok mendukung (pro) dan ada pula yang berada pada kelompok menolak (kontra). Isu penistaan agama,

misalnya, kerapkali menuai reaksi pro dan kontra oleh *Netizen* melalui postingan dan komentar khususnya di jejaring sosial *Facebook*. Bahkan, isu penistaan agama sempat menyita perhatian *Facebooker* sehingga menjadi viral dan berdampak pada ketegangan hubungan sosial antar satu kelompok dengan kelompok lainnya. Padahal, Al-Qur'an sebagai panduan hidup umat manusia telah mensinyalir larangan saling menistakan agama antara satu dengan yang lainnya, sebagaimana firman Allah dalam QS. Al-An'am [6]:108

"*Dan janganlah kamu memaki sembahan-sembahan yang mereka sembah selain Allah, karena mereka nanti akan memaki Allah dengan melampaui batas tanpa pengetahuan. Demikianlah Kami jadikan setiap umat menganggap baik pekerjaan mereka. Kemudian kepada Tuhan merekalah kembali mereka, lalu Dia memberitakan kepada mereka apa yang dahulu mereka kerjakan.*"(Kemenag. 2012)

Ayat ini menunjukkan larangan saling menistakan agama. Hal ini karena ketika suatu pemeluk agama menistakan agama lain, maka sipenista akan menuai akibat yang sama (Nasiruddin, 2017). Terlebih lagi, hukum positif di Indonesia menjamin kebebasan beragama seseorang, sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Perlindungan Kebebasan Beragama pasal 29 UUD 1945 yang menyatakan bahwa "*Negara berdasar atas Ketuhanan Yang Maha Esa dan bahwa negara menjamin kebebasan setiap penduduk untuk memeluk agamanya masing-masing dan beribadat menurut agama dan kepercayaan-nya itu*" (Mudzhar, 2010).

Salah satu kasus penistaan agama yang sempat viral diperdebatkan di media sosial *Facebook* adalah isu penistaan agama Ibu Sukmawati Soekarno Putri ketika membacakan puisi "Ibu Indonesia" pada ajang *Fashion Week* yang digelar di JCC Jakarta 2018. Puisi tersebut dinilai oleh sebagian *Facebooker* sebagai bentuk penistaan agama karena dianggap melecehkan cadar yang tidak lebih indah dari sari konde Ibu Indonesia dan suara *adzan* yang tidak lebih indah dari suara kidung Ibu Indonesia. Viralnya isu ini mengundang reaksi berbagai Organisasi Masyarakat (Ormas) Islam. Ada yang

menganggapnya sebagai bentuk penistaan agama yang harus dilaporkan kepada pihak berwajib dan pelakunya pantas mendapatkan hukuman setimpal, dan ada pula yang menganggapnya sebagai bentuk penistaan agama, hanya saja pelakunya diminta memohon maaf di hadapan publik dan berjanji untuk tidak mengulanginya lagi sehingga tidak perlu dilaporkan ke pihak berwajib.

Atas desakan Masyarakat dan Ormas Islam kepada Sukmawati Soekarno Putri untuk meminta maaf di hadapan publik, maka melalui jumpa pers 4 April 2018 di Cikini Jakarta, Sukmawati Soekarno Putri yang didampingi Ketua Majelis Ulama Indonesia (MUI) K.H. Ma'ruf Amin menyampaikan permohonan maaf kepada seluruh ummat Islam Indonesia atas puisinya yang kontroversial. Ketua MUI pun merespon positif tindakan yang dilakukan oleh Sukmawati Soekarno Putri yang dianggap telah menyesali dan memohon maaf atas perbuatannya. Pada saat yang sama, dia menghimbau kepada masyarakat dan Ormas Islam Indonesia untuk memaafkannya.

Pernyataan permohonan maaf tersebut memicu beragam reaksi *Facebooker* di media sosial. Ada yang menerima pernyataan tersebut dan adapula yang menentangnya dan menganggap Ketua MUI telah berlaku tidak adil. Bahkan, beliau mendapatkan cemoohan dan berbagai ujaran kebencian melalui postingan dan komentar dari *Facebooker.* Salah satu akun *Facebooker* "Bersama Dakwah" menuliskan status pada postingannya "*Ketua Majelis Ulama (MUI) KH. Ma'ruf Amin menerima permintaan maaf Sukmawati terkait puisi karyanya yang menyinggung adzan dan cadar. Namun. Maaf dari Kiai Ma'ruf itu bukan berarti menghalangi tuntutan masyarakat dan proses hukum yang berlaku*" yang diposting pada tanggal 8 April 2018, Pukul 6:53, sambil mengunggah situs berita yang dimuat di *www.tarbiyah.net*, dengan tema berita "*KH. Ma'ruf Amin maafkan Sukma, tapi begini sikap resmi MUI*". Postingan ini pun menuai komentar pro dan kontra dari *Facebooker* lain. Khusus kelompok kontra, ada sebagian *Facebooker* yang menyampaikan ujaran kebencian (*hate speech)* kepadanya atas keputusannya memaafkan Sukmawati Soekarno Putri. Padahal, beliau

adalah ulama besar yang tentu lebih memahami persoalan keagamaan dan memiliki hak khusus untuk memutuskan persoalan tersebut.

Salah satu komentar *Facebooker* yang pro, Rudi Dharma Putra, mengungkapkan bahwa "*Apapun pendapat MUI harus bisa diterima. Jika dari awal MUI dijadikan kiblat. Dari awal saya menjadikan MUI hanya wadah tuk meminta tambahan masukan keagamaan. Bukan kiblat atau junjungan. Sampai saat ini tak peduli MUI berpendapat apa. Jika MUI dijadikan kiblat, Giliran kepentingannya di MUI tidak kesampaian, langsung membangkang. itulah sebenar-benarnya munafik*." Sementara itu, komentar Facebooker yang kontra terhadap hasil keputusan MUI untuk memaafkan Sukamwati Soekarno Putri adalah @Khaeruddin yang mengatakan bahwa "*KH Ma'ruf Amin sudah tidak murni lagi selaku ketua MUI. Dia hanya berbicara berdasarkan kepentingan pribadi.*"

Berdasarkan fakta tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji sikap tuduhan negatif *Facebooker* atas tanggapan Ketua MUI dan kaitannya dengan pengamalan mereka atas QS. Al-Isra' [17]:36

وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ ۚ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا

"Dan janganlah kamu mengikuti apa yang kamu tidak mempunyai pengetahuan tentangnya. Sesungguhnya pendengaran, penglihatan dan hati, semuanya itu akan diminta pertanggungan jawabnya (Kemenag, 2012)."

Penelitian mengenai penistaan agama sudah banyak dilakukan oleh para peneliti dan sarjanawan muslim Indonesia. Di antaranya, penelitian yang dilakukan oleh Nasiruddin, N. (2017) dan Fairus, K. M. (2017) yang mengkaji pandangan Islam terhadap pelaku penistaan Agama. Disisi lain, penelitian yang dilakukan oleh Lubis(2013), Rizal (2009), Mirzana (2012), Lala (2017), Fasokhah (2017), Ra & Sabar (2017), dan Hidayatulloh (2014)mengkaji hukum pidana dan hukum Islam terhadap pelaku penistaan agama. Penelitian sebelumnya tentu berbeda dengan penelitian ini. Hal ini karena penelitian ini lebih fokus pada bagaimana sikap *Facebooke*r pada kolom komentar ketika menghadapi isu penistaan agama di jejaring sosial Facebook dan

kemudian dikaitkan pada pengamalan QS. Al-Isra' [17]:36 sebagai tolak ukur batasan seseorang dalam berkomentar terhadap suatu persoalan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan agar dapat mengungkap tingkat pemahaman dan respon *Facebooker* terhadap isu kasus penistaan Agama yang melibatkan Ulama sebagai tokoh yang ahli dalam menyelesaikan masalah keagamaan khususnya di Indonesia, dan bertujuan untuk memberikan edukasi kepada Facebooker agar tidak mudah terprovokasi untuk menghujat keputusan Ulama tanpa mengetahui alasan dan data yang valid terkait keputusan Ulama terhadap isu penistaan Agama.

B. LANDASAN TEORI

1. Penistaan Agama

Kata "menista" berasal dari akar kata "nista" dan bermakna celaan, noda, rendah, hina (Ulumuddin, 2018) sementara kata agama berarti "suatu peraturan yang mendorong jiwa seseorang yang mempunyai akal, memegang peraturan Tuhan dengan kehendaknya sendiri untuk mencapai kebaikan hidup di dunia dan kebahagiaan kelak di akherat. "Jadi, penistaan agama dapat dipahami dari UU No.1/PNPS/Tahun 1965 "*Setiap orang dilarang dengan sengaja di muka umum menceritakan, menganjurkan atau mengusahakan dukungan umum, untuk melakukan penafsiran tentang suatu agama yang dianut di Indonesia atau melakukan kegiatan-kegiatan keagamaan yang menyerupai kegiatan-kegiatan keagamaan dari agama itu; penafsiran dan kegiatan mana menyimpang dari pokok-pokok ajaran agama itu*".

Undang-Undang ini tidak menyebutkan secara jelas bentuk dan jenis penodaan Agama sehingga dapat menghadirkan multitafsir. Namun secara substansi, penistaan Agama dapatlah dipahami sebagai praktik penodaan dan penyalahgunaan agama yang dengan sengaja dilakukan di depan umum baik dalam bentuk perbuatan, dan perkataan secara langsung maupun tidak langsung oleh individu atau kelompok tertentu (Hidayatulloh, 2014). Sementara itu, kategori bentuk-bentuk penistaan Agama dapat dibagi menjadi dua yaitu, (1)

penistaan terhadap simbol Agama, termasuk di dalamnya Tuhan, Nabi, Kitab Suci, Pemuka Agama, maupun simbol-simbol yang terkait dengan hal tersebut; dan (2) penistaan terhadap ajaran Agama seperti keyakinan terhadap Tuhan, praktik ibadah, praktik sosial keagamaan, dan yang terkait dengan hal tersebut. Pihak yang diberikan mandat oleh pemerintah Indonesia untuk menilai suatu kasus masuk dalam ranah penistaan Agama dan berhak mendapatkan hukuman pidana yang diatur oleh undang-undang adalah Kementerian Agama melalui rekomendasi Majelis Ulama Indonesia (Abdullah, 2017).

2. Ulama dan Majelis Ulama Indonesia

Ada beberapa padanan kata "Ulama" di dalam Al-Qur'an. Di antaranya adalah "*Uli Al-Albab*sebagaimana pada QS. Ali Imran: 190; *Ulu Al-Abshar* pada QS. Ali Imran: 13; *Ulu Al-Nuha* pada QS. Thaha: 54; *Ulu Al-Ilm* pada QS. Ali Imran: 18;*Utu Al-'Ilmi* pada QS. Al-Rum: 56. Istilah tersebut memiliki makna yang sama yaitu orang-orang yang bergelut dan pakar pada bidang ilmu Agama Islam (Wahidin, 2017).

Ulama merupakan pewaris Nabi yang menjadi penjelas dan pengambil keputusan hukum terhadap persoalan keagamaan yang muncul di tengah masyarakat. Seseorang layak dikatakan Ulama jika telah memenuhi beberapa kriteria, di antaranya (1) memiliki kemampuan yang matang dalam memahami sumber Agama Islam, yaitu Al-Qur'an dan Ilmunya, Hadis dan Ilmunya, Kaedah Ijma', *Qiyash*, dan sumber hukum Islam lainnya; (2) menguasai bahasa Arab dan gramatikanya; (3) menguasai kaidah-kaidah Ushul Fiqih dan Tafsir; (3) mengetahui *Maqashid Syari'ah* dengan baik; (4) memahami metodologi penetapan hukum; (5) memiliki Akhlak, etika, dan adab yang santun sehingga dapat menjadi tauladan ummat (Romzi, 2012).

Majelis Ulama Indonesia (MUI) didirikan pada masa pemerintahan Presiden Soeharto pada 26 Juli 1975 dengan tujuan untuk menciptakan wadah tunggal dalam mengkaji persoalan ummat Islam di Indonesia serta dapat menjadi perekat dan pemersatu beragam aliran pemahaman dan organisasi masyarakat Islam yang ada di

Indonesia (Hasyim, 2011). Peran MUI sampai saat ini masih menjadi pengambil kebijakan utama terhadap hukum Agama Islam yang terjadi di Indonesia, serta satu-satunya lembaga yang sah dan diakui Negara untuk mengeluarkan fatwa persoalan Islam.

3. Jejaring Sosial Facebook

Facebook merupakan salah satu jejaring sosial yang mudah diakses sehingga penggunanya dapat dengan mudah mengunggah informasi yang diinginkan oleh penggunanya. Terlebih lagi, *Facebook* tidak dilengkapi keamanan khusus untuk memfilter konten-konten tertentu (*gatekeeper*). Selain itu, *Facebook* juga memiliki layanan antarmuka yang dapat digunakan untuk saling berkomentar antara satu dengan yang lainnya, layanan *share* untuk membagikan informasi pada jejaring sosial yang sama sesuka hati (Rosmiati, 2017). Akibat kemudahan akses yang disiapkan oleh vendor *Facebook* beserta kebebasan layanan yang lain inilah yang kemudian dimanfaatkan oleh beberapa pihak sebagai media publikasi *hoax,* sekaligus digunakan sebagai senjata yang ampuh untuk saling menyerang opini, adu domba, fitnah, dan penistaan individu dan kelompok tertentu.

Facebooker merupakan istilah yang digunakan bagi masyarakat umum selaku penggiat jejaring sosial *Facebook*, tidak ada batasan khusus status sosial yang mengikat mereka, cukup hanya dengan melakukan registrasi akun dan menjadi bagian dari pengguna *Facebook*, sehingga mereka dapat menikmati layanan *Facebook* secara bebas, baik dalam bentuk posting status berupa teks atau mengunggah gambar, dan video, mereka juga dapat berkomentar dan membagikan status pengguna lain, tanpa dilengkapi layanan filter otomatis terhadap konten-konten tertentu.

4. Tafsir QS. Al-Isra' [17]:36

Secara garis besar Kitab Tafsir *Al-Muyassar* menjelaskan bahwa makna QS. Al-Isra' [17]:6 menunjukkan larangan untuk tidak turut campur pada persoalan-persoalan yang ia dengar, lihat, dan pikirkan

padahal ia tidak mengetahui sedikitpun tentang persoalan tersebut, karena segala perbuatan yang manusia lakukan sekecil apapun akan dimintai pertanggungjawabannya (Nasicha, 2016).

Ayat tersebut jelas menekankan larangan untuk mengatakan suatu persoalan yang bukan pada bidang keilmuannya. Begitupun, suatu persoalan yang tidak ada kaitannya dengan disiplin keilmuan seseorang, maka dilarang baginya untuk menanggapi apalagi sampai pada mengeluarkan kata-kata buruk (*hate speech*) terhadap orang lain yang lebih paham masalah tersebut. Penafsiran terhadap QS. Al-isra' [17]:6 tidak terlepas dengan hadis Rasulullah SAW yang menyebutkan bahwa "*Jika urusan diserahkan bukan kepada ahlinya, maka tunggulah kehancuran itu.*" (Bukhari–6015). Ini berarti bahwa jika penyelesaian suatu persoalan dibebankan kepada seseorang yang tidak berkompeten, maka ketidakprofesionalan dalam menyikapi suatu persoalan akan muncul.

C. METODE

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian berasal dari laman jejaring sosial *Facebook* dengan kata kunci *MUI memaafkan kasuspenistaan agama*. Data penelitian ini berupa postingan status dan komentar *Facebooker* pada kasus penistaan agama yang dilakukan oleh Sukmawati Soekarno Putri di jejaring sosial *Facebook*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi dijabarkan menjadi pengumpulan data dalam bentuk kutipan postingan status dan komentar *Facebooker* terhadap objek kajian pada penelitian ini, selanjutnya peneliti melakukan reduksi data, penampilan data dan verifikasi data (Miles dan Huberman, 2002). Validitas data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber data penelitian ini berupa dokumen meliputi buku-buku, dan jurnal ilmiah terkait penelitian ini. Penelitian kualitatif ini menggunakan model analisis pragmatik, yaitu menjelaskan maksud komentar *Netizen* pada kasus penistaan agama di jejaring sosial

Facebook. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Living Qur'an* yaitu mengkaji fenomena pemahaman dan penerapan QS. Al-Isra' [17]:36 bagi *Facebooker* dalam kasus pemberian maaf oleh Ketua MUI terhadap kasus isu penistaan agama yang dilakukan oleh Sukmawati Soekarno Putri (Junaedi, 2015).

D. HASIL PENELITIAN

Postingan status akun *Facebook* "Bersama Dakwah" menunjukkan bahwa *Ketua Majelis Ulama (MUI) KH. Ma'ruf Amin menerima permintaan maaf Sukmawati terkait puisi karyanya yang menyinggung adzan dan cadar. Namun. Maaf dari Kiai Ma'ruf itu bukan berarti menghalangi tuntutan masyarakat dan proses hukum yang berlaku.*" Di sisi lain, di situs www.tarbiyah.net, ditemukan tema berita yang mengatakan bahwa "*KH. Ma'ruf Amin maafkan Sukma, tapi begini begini sikap resmi MUI*".

Postingan ini kemudian ditanggapi oleh beberapa komentar *Facebooker* lain yang berisikan ujaran kebencian atau *hate speech* pada keputusan KH. Ma'ruf Amin. Berikut ini beberapa komentar ujaran kebencian tersebut.

1. Maskuri Maskuri :	"*Masalahnya sikap yang sama, kenapa tidak dilakukan ketika HRS, Alfian Tanjung, dll ada yang menuntut…sebagai ketua MUI harusnya lebih hati-hati dan bersikap adil…*"
2. Bernado Silaen	"*sy sdh lama melihat maruf amin ini, seolah tdk sepakat dgn mayoritas pendapat ulama dan ummat, hanya krn Beliau org tua makanya orang2 segan dgn beliau. Namun sekarang sy tdk akan percaya dgn beliau lg, terlihat kemana arah pemikirannya. Oh ya, slaman antara laki2 dan perempuan iti dibolehkankah?*"
3. Ozy Achmad	"*Kiai cebong barisan abu janda*"
4. Muktiali Dahlan	"*Sementaraji itu. Hukum harus ditegakkan. Dia hina agama islam. Bukan bpk yg hina. Tapi islam yg hina. Supaya pelajaran bagi yg lain. Klau pribadi bpk yg hina silakan maaf kan. Itu urusan pribadi bpk*."

5.	Mimie April	“*Seenaknya minta mf klo rakyat kecil aja ga d mf*”
6.	Gunawan	“*ma'ruf amin sama aja golongan jokowow*”
7.	Wendra Styven	“*Kafirun.*”
8.	Muriadi Djumaelan	*“Kh MA tidak mewakili Umat Islam, saya gak pernah beri mandat ke dia .”*

Komentar (1-8) *Facebooker* tersebut menunjukkan bahwa keputusan KH. Ma’ruf Amin selaku Ketua MUI untuk memaafkan Sukmawati Soekarno Putri yang telah melakukan penistaan agama dianggap tidak adil; Ketua MUI lebih mendahulukan pendapat pribadinya dan tidak mewakili pendapat ulama yang lain; Ketua MUI bersikap subjektif dan tidak mewakili pendapat mayoritas Ummat Islam di Indonesia; ketidaksetujuan *Facebooker* terhadap keputusan Ketua MUI dibalas dengan kata-kata cacian “*kiyai cebong*”; *Facebooker* menganggap hukum pidana terhadap perilaku Sukmawati Soekarno Putri lebih pantas ketimbang hanya sekedar maaf yang diberikan oleh Ketua MUI; kekecewaan *Facebooker* terhadap keputusan Ketua MUI dianggap mencederai kepercayaan Ummat Islam di Indonesia; dan Ketua MUI dalam mengambil keputusan tidak dengan pertimbangan yang matang.

Jika diteliti dengan seksama, komentar-komentar *Facebookers* di Facebook itu sungguh terlalu dini untuk memvonis keputusan Ketua MUI sehingga mereka tidak berusaha untuk mencari tahu alasan yang jelas atas sikap Ketua MUI tersebut. Selain itu, sikap penolakan *Facebooker* terhadap isu penistaan Agama yang dilakukan oleh Sukmawati Soekarno Putri dibalas dengan “pengkerdilan” keilmuan Ulama dalam menyelesaikan masalah keagamaan yang terjadi di Indonesia. Sikap *Facebooker* berlebihan dalam menyikapi masalah tersebut, sehingga mereka lupa bahwa yang mereka bicarakan di luar dari kapasitas keilmuan yang mereka miliki, dengan menghina Ulama atas keputusannya. Tanpa sadar komentar negatif *Facebooker* kepada Ketua MUI menunjukkan sikap penistaan terhadap Ulama yang dapat mencederai persatuan ummat.

E. PEMBAHASAN

Kasus penistaan terhadap Agama Islam bukan hanya terjadi pada masa sekarang, namun sejak masa Rasulullah kasus yang sama telah terjadi. Di dalam kitab *Al-Isti'ab* dikisahkan bahwa sepulang Rasulullah SAW., dari perang *Hunain*, Rasulullah memerintahkan sahabat-Nya untuk mengumandangkan azan sebagai tanda masuknya waktu shalat. Namun salah seorang laki-laki bernama Abu Mahdzurah meniru adzan tersebut dengan tujuan mengolok-olok suara adzan. Kemudian Rasulullah SAW., mendengar olokan tersebut dan memerintahkan sahabat-Nya untuk menemui dan membawa laki-laki itu menghadap Rasulullah SAW., kemudian Rasulullah SAW., menyapanya dengan cara yang lembut dan menanyakan maksud dan tujuan Abu Mahdzurah melakukan perbuatan itu, sehingga Abu Mahdzurah merasa terharu, kemudian Rasulullah SAW., menjelaskan dan mengajarkannya tentang azan, kemudian Abu Mahdzurah menyesali perbuatannya dan meminta maaf kepada Rasulullah SAW., atas perbuatannya, seketika itu pula Rasulullah SAW., memaafkannya, pada saat yang sama Abu Mahdzurah mengucap kalimat syahadat tanda ia telah memeluk agama Islam. (Faizi & Hanif, 2017; Mahmud, 2013; Mufidah, 2011).

Kisah yang dialami oleh Abu Mahdzurah bisa jadi mirip dengan kondisi yang dialami oleh kasus Sukmawati Soekarno Putri, yaitu berawal dari ketidaktahuannya. Hal ini dapat dilihat pada salah satu kalimat puisi yang ia sebutkan "*Aku tidak tahu syariat Islam*". Atas dasar pertimbangan inilah, langkah yang diambil oleh Ketua MUI untuk memaafkan Sukmawati Soekarno Putri semata-mata karena pertimbangan maslahat dan syiar Islam yang lebih dikedepankan daripada hukuman pidana yang bisa saja menambah kebenciannya terhadap Islam.

Melontarkan tuduhan-tuduhan negatif kepada seseorang tanpa dasar atau data yang kuat dapat menjerat pelakunya pada kasus pencemaran nama baik sesuai regulasi yang diatur dalam undang-undang (KUHP) Bab XVI Buku II di antaranya dalam pasal 310 ayat (1) (2) dan (3) menyebutkan : "(1) *Barangsiapa sengaja menyerang*

kehormatan atau nama baik seseorang dengan menuduh sesuatu hal, yang dimaksudnya terang supaya hal itu diketahui umum, diancam karena pencemaran dengan pidana penjara paling lama sembilan bulan atau denda paling banyak tiga ratus rupiah; (2)Jika hal itu dilakukan dengan tulisan atau gambaran yang disiarkan, dipertunjukkan atau ditempelkan di mukaumum, maka yang bersalah, karena pencemaran tertulis, diancam pidana penjara paling lama satu tahun empat bulan atau denda paling banyak tiga ratus rupiah"; (3)Tindak merupakan pencemaran atau pencemaran tertulis, jika perbuatan terang dilakukan demi kepentingan umum atau karena terpaksa untuk bela diri." (Wulandari, 2017; Syamsuddin. 2011; Raharjo. 2002; Arief. 2011).

Suatu sikap yang tidak layak dilakukan oleh *Facebooker* jika melontarkan tuduhan, cacian, makian, fitnah yang tidak didasarkan pada data yang valid, terlebih bila tuduhan itu hanya berdasar pada prasangka yang tidak dibekali dengan ilmu yang mapan. Jika tuduhan "*ulama cebong*" yang artinya ulama yang hanya berpihak pada penguasa disematkan kepada Ketua MUI hanya karena keputusannya untuk lebih memilih memberi maaf kepada Sukmawati Soekarno Putri atas tuduhan penistaan agama, kemudian dianggap oleh *Facebooker* sebagai keputusan yang berpihak tanpa melakukan penelitian lebih mendalam tentang mengapa Ketua MUI melakukan itu, maka hal ini dapat masuk pada kategori pencemaran nama baik. Di dalam hukum Islam telah diatur tentang bagaimana sikap yang harus ditempuh bila terjadi pelanggaran terhadap perintah dan larangan Agama. Namun di balik aturan-aturan itu, sesungguhnya Allah menginginkan aturan itu ditegakkan agar menjadi *rahmatan lil 'alamin* bagi kehidupan manusia. Hukum bukan hanya untuk bersifat membinasakan, namun lebih dari itu hukum di dalam Islam adalah untuk menumbuhkan kesadaran dan mendatangkan kebaikan-kebaikan yang lain. Oleh karena itu, hendaknya penegakan hukum Islam bertujuan untuk mendatangkan kedamaian dan kebaikan bagi siapa saja, bukan hanya sekedar mengharapkan terjadinya keburukan bagi individu atau kelompok tertentu. (Wahyuni, 2018; Beruh, 2015; Bashir, 2006).

MUI dalam mengeluarkan fatwa terhadap suatu kasus, khususnya kasus terkait penistaan Agama tidak serta merta hanya menginginkan hukuman yang membuat pelaku merasakan sakitnya penderitaan akibat perbuatannya. Akan tetapi, MUI juga mempertimbangkan besarnya kebaikan yang akan didatangkan bukan hanya untuk ummat Islam, namun juga bagi seluruh ummat manusia, termasuk pelaku penista Agama, agar mereka sadar bahwa Islam sesungguhnya Agama yang indah, toleran, dan *rahmatan lil 'alamin* bagi siapapun sehingga pelaku menyadari kesalahannya dan dapat merubah *mindset* berfikirnya bahwa Islam tidak seburuk apa yang mereka pikirkan.

Islam telah mengatur tata cara berkomunikasi dengan baik, dan sangat mengecam orang yang menggunakan lisannya untuk perkataan yang buruk di dalam hadis Rasulullah SAW., menyatakan bahwa "*Barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari pembalasan, hendaknya ia mampu mengucapkan perkataan yang baik, atau bila ia tidak sanggup maka lebih baik ia diam*." (HR. Muslim)". Terlebih Islam tidak menginginkan bila suatu komunikasi itu dibangun tanpa landasan ilmu yang jelas atau sumber yang valid, sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an QS. Lukman [31]:20 : "*Di antara manusia ada yang berdebat tentang Allah tanpa ilmu, petunjuk dan Kitab yang"menerangi*''. (Batubara, 2012; Dahlan, 2014; Ghani, 2001; Rakhmat, 1993).

Facebooker hendaknya lebih mempertimbangkan etika berkomunikasi yang baik dalam menyikapi suatu masalah sesuai dengan anjuran al-Qur'an. Terlebih jika mereka diperhadapkan pada masalah yang belum ia pahami dengan baik, jangan sampai persoalan yang ia benci menjadikan ia terjebak untuk melakukan perbuatan yang sama, bahkan bisa jadi lebih keji daripada perbuatan yang ia cela, sebagaimana firman Allah dalam Al-Qur'an QS. Al-Hujurat [49]:12 "*Hai orang-orang yang beriman, jauhilah kebanyakan purba-sangka (kecurigaan), karena sebagian dari purba-sangka itu dosa. Dan janganlah mencari-cari keburukan orang dan janganlah menggunjingkan satu sama lain. Adakah seorang diantara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang*

sudah mati? Maka tentulah kamu merasa jijik kepadanya…". Terlebih bila yang dicela adalah Ulama sebagai sosok pewaris para Nabi.

F. KESIMPULAN

Islam telah mengatur tata cara berkomunikasi dengan baik dan sangat mengecam orang yang menggunakan lisannya untuk perkataan yang buruk. Terlebih Islam tidak menginginkan bila suatu komunikasi itu dibangun tanpa landasan ilmu yang jelas atau sumber yang valid. Oleh karena itu, hendaknya *Facebooker* lebih mempertimbangkan etika berkomunikasi yang baik dalam menyikapi suatu masalah, terlebih bila mereka diperhadapkan pada masalah yang belum ia pahami dengan baik. Jangan sampai persoalan yang dibenci menjadikannya terjebak untuk melakukan perbuatan yang sama, bahkan bisa jadi lebih keji dari pada perbuatan yang dicela. Terutama, jika yang dicelanya adalah Ulama sebagai sosok pewaris para Nabi.

REFERENSI

Abdul Mun'im Halimah Abu Bashir, (2006) , *Mati Buat Penghujat*, Azera, Solo, hlm. 27-28

Abdullah, A. (2017). "Penistaan Agama pada Masyarakat Plural Ditinjau dari Tafsir Maqasyidi". *Panangkaran: Jurnal Penelitian Agama dan Masyarakat*, *1*(1), 153-170.

Arief, Barda Nawawi.(2011)*Kebijakan Hukum Pidana*, Jakarta: Kencana, hal 325.

Batubara, A. K. (2012). Studi Media Dalam Perspektif Komunikasi Islam: Analisis Esensi Komunikasi Islam Dalam Diseminasi Informasi.

Dahlan, M. S. (2014). Etika Komunikasi Dalam Al-Qur'an Dan Hadis. *Jurnal Dakwah Tabligh*, *15*(1), 115-123.

Fairus, K. M. (2017). *Penistaan agama dalam al Quran: studi analisis surah al An'am ayat 108* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

FASOKHAH, F. (2017). *Sikap Nahdlatul Ulama Terhadap Kasus-Kasus Penistaan Agama Islam Dalam Hubungan Internasional Tahun 2006-2012* (Doctoral dissertation, Universitas Wahid Hasyim Semarang).

FAIZI, A., & HANIF, M. (2017). *Joyful Learning Dengan Humor Dan Implementasinya Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam.*

Ghani, Z. A. (2001). *Islam, komunikasi dan teknologi maklumat*. Utusan Publications.

Hasyim, S. (2011). "The Council of Indonesian Ulama (Majelis Ulama Indonesia, MUI) and Religious Freedom". *Irasec's Discussion Papers*, *12*.

Hidayatulloh, M. T. (2014). Penistaan/Penodaan Agama dalam Perspektif Pemuka Agama Islam di DKI Jakarta. *harmoni*, *13*(2), 104-116.

Junaedi, (2015). "D. Living Qur'an: Sebuah Pendekatan Baru dalam Kajian Al-Qur'an (Studi Kasus di Pondok Pesantren As-Siroj Al-Hasan Desa Kalimukti Kec. Pabedilan Kab. Cirebon)". *JOURNAL OF QUR'AN AND HADITH STUDIES*, Vol. *4*, no 2, h. 169-190.

Departemen Agama, R. I. (2013). Al-Quran dan Terjemahnya.

Lala, A. (2017). Analisis Tindak Pidana Penistaan Agama Dan Sanksi Bagi Pelaku Perspektif Hukum Positif Di Indonesia. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *2*(3), 28-39.

Lubis, M. A. F. (2013). "Pertanggungjawaban Pidana Terhadap Pelaku Tindak Pidana Penistaan Agama Melalui Jejaring Sosial Dikaitkan Dengan Undang-Undang No 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik". *Jurnal Mahupiki*, *2*(01).

Malik, A. (2018). "Meme dan Visualisasi Kebencian Netizen dalam Kasus Penistaan Agama". *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, dan Animasi*, *13*(2), 66-84.

Mahmud, A. (2013). *Penyuluhan Hadits-Hadits Hukum dalam Kitab "Bulughul Maram" bagi Jama'ah Masjid An-Nur Jambon Rt 01/05 Ngadirejo Kartasura Sukoharjo*.

Miles dan Huberman, 2014

Mirzana, H. A. (2012). "Kebijakan Kriminalisasi Delik Penodaan Agama". *Pandecta: Research Law Journal*, *7*(2).

Mudzhar, M. A. (2010). "Pengaturan Kebebasan Beragama dan Penodaan Agama di Indonesia dan Berbagai Negara1". *Makalah, disampaikan pada Kajian Putusan Mahkamah Konstitusi Nomor*, *140*.

Mufidah, A. E. I. (2011). Pola Pengembangan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam Di Sma Saripraja Surabaya (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Mustafa, S. E., & Hamzah, A. (2010). "Media sosial: Tinjauan terhadap laman jaringan sosial dalam talian tempatan". *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, *12*(2), 37-52.

Nasicha, D. (2016). *Makna tabayyun dalam Al-Qur'an (studi perbandingan antara Tafsir Al-Muyassar dan Tafsir Al-Misbah)* (Doctoral dissertation, UIN Walisongo).

Nasiruddin, N. (2017). *Penistaan agama dalam al-Qur'an: telaah penafsiran Wahbah al-Zuhayli dalam al-Tafsir al-Munir* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

RA, R., & SABAR, K. C. F. A. (2017). Penistaan Agama Menurut Undang-Undang Ite Dan Hukum Islam: Telaah Kasus Mirza Alfath. *Journal Jurista*, *6*(2).

Rakhmat, J. (1993). Prinsip-Prinsip Komunikasi Menurut Al Qur'an.

Ridwan Syah Beruh, 2015, Membumikan Hukum Tuhan Perlindungan HAM Perspektif Hukum Pidana Islam, Pustaka Ilmu, Yogyakarta, hlm.186-187.

Rizal, A. (2009). *Sanksi Pidana Terhadap Pelaku Penistaan Agama Menurut Hukum Islam Dan Hukum Positif: Analisis Yurisprudensi Terhadap Perkara Yang Bermuatan Penistaan Agama*.

Rohman, F. (2016, December). “Analisis Meningkatnya Kejahatan Cyberbullying dan Hatespeech Menggunakan Berbagai Media Sosial dan Metode Pencegahannya”. In *Seminar Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komputer* (pp. 383-INF).

Romzi, M. (2012). Ulama “dalam Perspektif Nahdlatul Ulama”. *Religió: Jurnal Studi Agama-agama*, *2*(1).

Rosmiati, N. (2017). *Analisis Wacana Berita Hoax Pada Media Sosial (Studi Analisis Wacana “Aksi Massa Warga Amerika Tuntut Pembubaran FPI” di Facebook)* (Doctoral dissertation, Perpustakaan).

Simangunsong, B. A. (2016). “Interaksi Antarmanusia Melalui Media Sosial Facebook Mengenai Topik Keagamaan”. *Jurnal ASPIKOM-Jurnal Ilmu Komunikasi*, *3*(1), 65-76.

Syamsuddin,Aziz.(2011) *Tindak Pidana Khusus*,Jakarta: Sinar Grafika, hal 146.

Ulumuddin, M. (2018). Pertanggungjawaban Pidana Pelaku Penistaan Agama Dalam Media Sosial Berdasarkan Pasal 156 A Kuhp Dan Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi Dan Transaksi Elektronik”. *Jurnal Surya Kencana Dua Dinamika Masalah Hukum Dan Keadilan*, *4*(2).

Wahidin, A. (2017). Konsep Ulama Menurut Al-Qur'an (Studi Analitis atas Surat Fathir Ayat 28). *Al-Tadabbur*, *1*(01).

Wahyuni, F. (2018). “Sanksi Bagi Penistaan (Penodaan) Terhadap Agama Dalam Perspektif Hukum Pidana Indonesia Dan Hukum Pidana Islam”. *Jurnal Hukum Das Sollen*, *1*(1).

Wulandari, E. S. A. (2017). *Sanksi Pidana Pencemaran Nama Baik Melalui Tuduhan Tanpa Alat Bukti Dalam Kajian Komparatif Fiqh Jinayah dan Kitab Undang-Undang Hukum Pidana (KUHP).[Skripsi]* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).

MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA GERAKAN PEMIKIRAN POLITIK ISLAM

Ambar Sri Lestari
Institut Agama Islam Negeri Kendari
ambarlstr@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Era media baru ditandai dengan apa yang disebut konvergensi media, yang merupakan integrasi dari tiga aspek yakni: telekomunikasi, data komunikasi dan komunikasi massa dalam satu medium (Jan Van Dijk dalam Nasrullah, 2014). Di media baru, khalayak memiliki otoritas dalam membangun teks serta memanfaatkan medium. Media baru juga memberikan kekeluasaan khalayak untuk mentransformasikan dirinya untuk memanfaatkan khalayak lainnya dimana komunikasi pada media baru lebih interaktif. Dalam media baru khalayak bisa menjadi konsumen sekaligus produsen dari informasi dimana komunikasi bisa diekspresikan melalui teks, symbol atau lambang yang dipahami.

Dalam kurun beberapa dasawarsa terakhir, Indonesia dijadikan sebagai tujuan gerakan politik Islam radikal dari luar negeri yang sangat massif dalam menyampaikan pemikirannya sebagai visi politik, satu di antaranya yaitu Hizbut Tahrir. Organisasi politik Hizbut Tahrir kini sudah tidak diberikan ruang untuk menyampaikan visinya karena bertentangan dengan Pancasila dan UUD 1945 setelah diputuskan oleh pemerintah sebagai organisasi politik yang menyimpang. Hizbut Tahrir jelas bukan bertujuan pada organisasi keagamaan kemasyarakatan namun merupakan gerakan politik Islam yang ingin mendirikan negara Islam di seluruh belahan dunia dengan mengusung visinya negara Islam "Khilafah". Anak-anak generasi bangsa menjadi sasaran pembinaan kaderisasi yang tersebar luas mulai dari pelajar, akademisi, tokoh masyarakat, hingga masyarakat luas. Penyebaran misi yang semakin luas ini seiring dengan perkembangan teknologi

informasi yang juga semakin pesat. Arus inovasi teknologi dimanfaatkan sebagai sarana penyampaian fikrah dan harkah dari politik Islam Hizbut Tahrir dengan menggunakan sosial media untuk memperluas jaringannya, dan terbukti di era digital ini kaum akademisi khususnya mahasiswa dan dosen sudah banyak yang berafiliasi dengan politik Islam Hizbut Tahrir hingga di seluruh Indonesia. Hizbut Tahrir berpikir bahwa Indonesia adalah darul kufur (negara kafir) yang menerapkan UUD 1945 dan Pancasila sebagai dasar negara sehingga hukum-hukum kufur itu harus diganti secara keseluruhan mulai dari konstitusi, dasar negara hingga pemerintahannya.

Hizbut Tahrir mempunyai prinsip dalam mencari pengikut/simpatisan melalui beberapa cara yaitu pertama melakukan kaderisasi dengan pola pembinaan; kedua berinteraksi dengan ummat; ketiga pengambilalihan kekuasaan. Inilah yang membedakan gerakan politik ini dengan organisasi lain seperti NU, Muhammadiyah yang tujuannya pada keagamaan kemasyarakatan. Tulisan ini berangkat dari pengamatan pada mahasiswa sebagai akademisi yang berafiliasi pada Hizbut Tahrir terkait fikrah (pemikiran) dan harkah (gerakan) dalam penyampaian visi melalui media sosial Facebook. Banyak dijumpai dalam aktivitas berorganisasi mahasiswa berafiliasi pada satu organisasi politik, seperti pada organisasi Hizbut Tahrir yang memang banyak simpatisan yang mengikuti bahkan sejak mengikuti organisasi ditingkat sekolah hingga ke perguruan tinggi, dan itu pada semua perguruan tinggi baik umum maupun agama, karena memang Hizbut Tahrir menyasar kader-kadernya mulai usia remaja hingga dewasa yang akhirnya mereka matang menjadi manusia-manusia yang siap memperjuangkan khilafah seperti yang ada pada visinya.

B. PEMBAHASAN

1. Konsep Media Sosial

Antony Mayfield (2008) menjelaskan bahwa media sosial merupakan sarana bagi penggunanya untuk saling berpartisipasi, saling berbagi dan menciptakan pesan, termasuk blog, jejaring sosial,

wiki/ensiklopedia online, forum-forum maya, termasuk virtual worlds. Kalamas (2009) menjelaskan bahwa *social media is a communication medium that is devoted to or characterized by interaction between participants or consumers of the medium"* yaitu bahwa sosial media adalah sarana komunikasi dalam interaksi antara partisipan atau pelanggan suatu media yang didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web. Kemudian Kate, (2008) mendefinisikan *social media as "media designed to engage the public and create a social impact",* yaitu social media berhasil mentransformasi praktik komunikasi searah media siaran dari satu institusi media ke banyak audience (*one to many*) menjadi praktik komunikasi dialogis antar banyak audience (*many to many*).

Horton (2008) menjelaskan bahwa media sosial adalah, *"every message is a work in progress that can be read or heard, updated at will, and often edited or commented upon by the recipient. And in many instances, the content may actually be created in part by the end user",* yaitu social media mendukung pengetahuan dan informasi dalam mentransformasi dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri. Dipaparkan oleh (Anthony, 2008) bahwa media sosial paling baik dipahami sebagai sekelompok jenis baru dari media online yang sifatnya berbagi dengan beberapa karakteristiknya, antara lain :

a. Media sosial mendorong kontribusi dan umpan balik dari semua orang yang terlibat, membiaskan batasan antara media dan penggunanya.
b. Media sosial terbuka bagi umpan balik dan partisipasi melalui sarana-sarana voting, komentar dan berbagi informasi. Jarang adanya hambatan untuk mengakses dan memanfaatkan konten-konten seperti password yang dilindungi.
c. Perbincangan memungkinkan terjadinya perbincangan antar pengguna secara "dua arah". Ketika media lama (tradisional) adalah tentang "siaran" dimana konten ditransmisikan atau didistribusikan kepada penonton, maka sosial media lebih dilihat sebagai percakapan dua arah.

d. Media sosial memungkinkan masyarakat untuk membentuk suatu komunitas secara cepat dan berkomunikasi secara efektif. Komunitas merupakan suatu kumpulan orang-orang yang memiliki kepentingan yang sama seperti pecinta fotografi, dan lainnya.
e. Keterhubungan dimana mayoritas media sosial tumbuh subur lantaran kemampuan melayani keterhubungan antar pengguna, melalui fasilitas tautan (links) ke website, sumber-sumber informasi dan pengguna-pengguna lain. Sebagian besar media sosial berkembang pada keterikatan hubungan antar penggunanya, dapat memanfaatkan link dari situs, sumber dan orang-orang.

Media sosial merupakan sebuah sarana virtual yang menjadi alat pentransformasian informasi kepada publik secara lebih cepat dan langsung mendapat respons balik oleh para netizen terlepas dari individu suka atau tidak (*like or dislike*) terhadap satu informasi yang diunggah pada laman web. Sebagai media informasi, Alice (2004) membuat konvergensi internet dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

a. *Cyberspace* berkaitan erat dengan media berupa jaringan komputer digital dimana komunikasi antar entitas (baik yang berwujud manusia maupun yang bukan manusia) berlangsung. Dalam perkembangannya, istilah cyberspace" kemudian dipahami tidak sekedar sebagai jaringan dalam aspek teknis, tetapi lebih luas membicarakan mengenai interaksi sosial (Gunawan, 2012)
b. *Cybersociety* adalah sebuah istilah dalam pesatnya perkembangan teknologi komunikasi dalam bidang informasi, dimana terjadi interaksi antar individu, yaitu antar sesama pengguna ruang publik tersebut dan interaksi tersebut telah menciptakan satu lingkungan masyarakat.
c. *Cyberculture* adalah segala budaya yang telah atau sedang muncul dari penggunaan jaringan komputer untuk komunikasi, hiburan, dan bisnis. Salah satu ciri cyberculture adalah budaya yang

terbentuk melalui hubungan sosial yang tidak bersifat geografis, artinya individu-individu dalam cyberculture berinteraksi bukan karena keadaan geografis, melainkan karena sebuah hubungan kognitif dengan menggunakan media komputer seperti budaya pada umumnya bertujuan membangun identitas dan kredibilitas dalam suatu masyarakat.

Seperti yang disampaikan (Bungin, 2009) tentang teori "cyber community" yang merupakan teori paling akhir dalam pengembangan ilmu komunikasi atau sosiologi komunikasi. Dijelaskan bahwa kelompok sosial dalam dunia maya, yaitu bagaimana kelompok ini mengkonstruksi pesan penggunanya (Neil Postman dalam Straubraar, 2010) menyatakan bahwa kehadiran teknologi di tengah masyarakat dapat membentuk suatu budaya yang disebut dengan *technopoly* yaitu teknologi didewakan dan diserahkan untuk mengontrol segala aspek kehidupan masyarakat. Seperti dikatakan Thurlow (2004) halnya media sosial dikatakan sebagai transformasi kebudayaan, khususnya dalam interaksi sosial. Bagaimana kita melihat di masa sekarang bahwa identitas, *relationship* dan komunitas dapat dibentuk melalui media sosial, bagaimana kita hidup dan bekerja tergantung dengan teknologi sehingga sulit untuk membedakan antara pengguna media sosial dalam kategori tidak ketergantungan dan ketergantungan. Pendekatan interkasi sosial membedakan media berdasarkan seberapa dekat media dengan model interaksi langsung (*face-toface*). Selain itu Stephen (2009) menyatakan pendekatan lainnya yaitu integrasi sosial media digambarkan bukan dalam bentuk informasi, interaksi ataupun penyebarannya tetapi dalam bentuk ritual. Dari sudut pandang interaksi sosial, media sosial menciptakan pemahaman baru mengenai komunikasi pribadi yang interaktif.

Media sosial tidak seperti interaksi langsung (*face to face*), akan tetapi memberikan bentuk interaksi baru yang membawa penggunanya kembali pada hubungan interpersonal yaitu dalam bentuk interaksi berbasis komputer. Melalui media sosial, individu satu sama lain dapat berinteraksi secara realtime. Beragam keuntungan dan kerugian yang

diperoleh dari interaksi termediasi, media baru mungkin memberikan waktu yang fleksibel dalam penggunaan, tetapi juga menciptakan tuntutan waktu yang baru. Sebagai contoh, pengguna media sosial dapat berinteraksi melalui aplikasi chat kapan saja dan dimana saja, tetapi mereka akan cenderung banyak menghabiskan waktu untuk hal yang sama setiap harinya. Kemudian media sosial berdasarkan sudut pandang integrasi sosial tidaklah berbeda dengan media televisi. Media sama-sama dijadikan sebagai bentuk ritual. Artinya, manusia tidak menggunakan media hanya sebatas pemberitahuan akan informasi, tetapi karena menggunakan media sudah menjadi kebiasaan. Misalkan, setelah bangun tidur seseorang langsung memeriksa *smartphone* dan membuka aplikasi media sosial yang sering dipantau setiap harinya, hal itu mungkin saja dilakukan bukan bertujuan untuk mencari informasi, tetapi merupakan bentuk refleks yang sudah menjadi kebiasaan. Pola penggunaan "ritual" dalam sudut pandang penelitian aktivitas dan selektivitas bahwa penggunaan media merujuk pada kebiasaan dan frekuensi penggunaan oleh orang-orang dengan hubungan yang kuat dengan media (Dennis, 2011). (Turkle, 2005) menyelidiki keintiman antara pengguna dengan teknologi baru, ditemukan bahwa sebagian orang memperlakukan komputer seolah-olah objek tersebut adalah manusia yang kita perhatikan dan sebagai tempat peluapan emosi. Artinya, ada kenyamanan pengguna dalam komunikasi online sebagai pengungkapan diri dan interaksi dengan media daripada langsung dengan manusia lain.

2. Gerakan Politik Islam

Dalam konstelasi politik Indonesia, masalah radikalisme Islam tampak pada lahirnya berbagai gerakan/organisasi yang terbagi dalam 3 bentuk (Turmudi, 2005), yaitu: pertama, ada yang sekedar memperjuangkan implementasi syari'at Islam tanpa keharusan mendirikan negara Islam. Kelompok pertama ini diwakili oleh FPI dan Laskar Jihad. Kedua, memperjuangkan berdirinya Negara Islam Indonesia. Kelompok kedua diwakili oleh NII yang dulunya diprakarsai oleh Kartosoewiryo yang sekaligus berperan sebagai imam

NII (Ridwan, 2008). Ketiga, kelompok yang ingin mewujudkan kekhalifahan Islam, kelompok ini diwakili gerakan Hizbut-Tahrir Indonesia (HTI), Majelis Mujahidin Indonesia (MMI) yang memperjuangkan berdirinya khilafah universal dan syariat Islam sebagai dasarnya (Ridwan, 2008)

Kriteria Islam radikal menurut (Husaini 2006) antara lain: pertama, mempunyai keyakinan ideologis tinggi dan fanatik yang mereka perjuangkan untuk menggantikan tatanan nilai dan sistem yang sedang berlangsung; kedua, dalam kegiatannya mereka seringkali menggunakan aksi-aksi yang keras, bahkan tidak menutup kemungkinan kasar terhadap kegiatan kelompok lain yang dinilai bertentangan dengan keyakinan mereka; ketiga, secara sosio-kultural dan sosio-religius, kelompok radikal mempunyai ikatan kelompok yang kuat dan menampilkan ciri-ciri penampilan diri dan ritual yang khas; keempat, kelompok Islam radikal seringkali bergerak secara bergerilya, walaupun banyak juga yang bergerak secara terang-terangan. Islam radikal terbagi menjadi dua makna, yaitu sebagai wacana dan aksi. Radikal dalam wacana diartikan dengan adanya pemikiran untuk mendirikan negara Islam, kekhalifahan Islam, tanpa menggunakan kekerasan terbuka. Sedangkan (Hasani,2012) menyatakan dalam level aksi, radikal diartikan melakukan perubahan dengan aksi-aksi kekerasan atas nama agama.

Kemampuan seseorang dalam upaya memahami, menalar, memecahkan suatu masalah serta mengolah informasi merupakan hal pokok dalam kemampuan kognitif. Pemahaman adalah pengetahuan yang diorganisasikan secara selektif dari sejumlah fakta, informasi serta prinsip-prinsip yang dimiliki yang diperoleh dari hasil proses belajar dan pengalaman. Ada tiga tipe pemahaman, yaitu: (1) pemahaman mengenai adanya sesuatu, (2) pemahaman teknis, yang meliputi informasi yang diperlukan mengenai cara menggunakannya, serta (3) pemahaman prinsip, berkenaan dengan prinsip-prinsip dan berfungsinya obyek-obyek yang dimaksud. Mahasiswa bila mereka telah memahami dan menyakini akan suatu kebenaran dari visi misi tujuan dan maksud dari gerakan organisasi tertentu maka ia akan

melakukan secara militan dan terorganisasi dengan sempurna. Oleh sebab itu sebagai pendidik sekaligus masyarakat akademis sudah seharusnya memberi arahan, bimbingan agar apa yang menjadi pemahaman gerakan mahasiswa ini tidak berujung pada radikalisme, dimana sekarang ini sudah begitu massif dilakukan oleh mahasiswa indoktrinasi paham agama yang menyasar pada para intelektual muda sebagai gerakan politik mahasiswa. Berdasarkan hal tersebut maka indoktrinasi ini memang tidak kalah besar dampaknya terhadap pemahaman mahasiswa sebagai masyarakat akademis, dimana teknologi informasi juga sudah begitu mendukung dan menjadi bagian dari kehidupan seorang individu dalam interaksinya dengan lingkungan maupun komunitasnya, hal ini bisa dilihat dari cepat dan intensitasnya penyampaian-penyampaian melalui media sosial yang dilakukan oleh gerakan organisasi tertentu dengan paham agama yang diyakini untuk dapat mengajak lebih banyak masyarakat khususnya kaum intelektual generasi muda bukan saja mengikuti tetapi menjadi pejuang yang militan terhadap tujuan yang disebarluaskan.

Sebagai sebuah kolektifitas, Richard Scott dalam Hasani (2012) mengemukakan bahwa organisasi itu diciptakan sebagai suatu kolektifitas yang sengaja dibentuk untuk mencapai suatu tujuan khusus tertentu yang sedikit banyak didasarkan pada asas kelangsungan aktivitas. Lembaga kemahasiswaan atau organisasi kemahasiswaan (ormawa) adalah wadah pelaksanaan kegiatan mahasiswa di kampus. Organisasi kemahasiswaan merupakan salah satu elemen yang sangat penting dalam proses pendidikan di perguruan tinggi. Keberadaan ormawa merupakan wahana dan sarana pengembangan diri mahasiswa ke arah perluasan wawasan, peningkatan kecendekiawan, integritas kepribadian, menanamkan sikap ilmiah, dan pemahaman tentang arah profesi dan sekaligus meningkatkan kerjasama serta menumbuhkan rasa persatuan dan kesatuan (Kepmen Dikbud No.155/U/1998). Orientasi perjuangan dan dinamisasi kehidupan ormawa hendaknya tetap pada netralitas lembaga yang sangat menjunjung tinggi moralitas akademis. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam surat edaran Dirjen Dikti Tahun 2002 bahwa sistem

penyelenggaraan kegiatan ormawa tidak boleh menjadi perpanjangan tangan (*underbow*) dari kekuatan partai politik tertentu dan netral terhadap suku, ras, agama dan aliran (golongan) kepercayaan atau SARA (SK.Dirjen Dikti No.26 Tahun 2002).

Mahasiswa memiliki tiga fungsi strategis, yaitu sebagai penyampai kebenaran, agen perubahan, dan generasi penerus masa depan. Organisasi mahasiswa merupakan suatu wadah pengembangan diri mahasiswa yang dapat memainkan tiga fungsi strategis tersebut. Mahasiswa sebagai agen pembaharu (*agen of change*) dan sebagai sosial control (*social of control*) serta kekuatan moral terhadap berbagai aspek kebijakan-kebijakan pemerintah. Max Weber dalam (Miftah Toha, 2007) membedakan suatu kelompok kerjasama dengan organisasi kemasyarakatan. Menurutnya kelompok kerjasama adalah tata hubungan sosial yang dihubungkan dan dibatasi oleh aturan-aturan, dimana aturan-aturan ini sejauh mungkin dapat memaksa orang untuk melakukan kerja, baik dilakukan oleh pemimpin maupun anggota lainnya. Konsep Weber memikirkan tentang suatu sistem interaksi, sedangkan Bernard menekankan tentang orang-orang sebagai anggota dari sistem tersebut. Bernard menyatakan bahwa organisasi itu adalah suatu sistem kegiatan-kegiatan yang terkoordinir secara sadar, atau suatu kekuatan dari dua manusia atau lebih (Miftah Thoha,2007).

Dari penjelasan tersebut maka suatu organisasi dapat memberikan kemaslahatan bagi umat maupun sebaliknya organisasi dapat menjadi wadah bibit-bibit radikalisme yang melakukan transformasi pesan melalui sarana media sosial secara masif. Akademisi merupakan sasaran paling rentan karena radikalisme memang membutuhkan orang-orang yang idealis, fanatik serta rela berkorban dan itu ada pada usia-usia remaja yang sedang mencari jatidiri/identitas diri yang diungkapkan melalui saluran-saluran organisasi yang tersedia baik di sekolah maupun di perguruan tinggi. Melalui wadah inilah maka individu menemukan dirinya dan akhirnya terbentuklah tujuan hidup yang diimplementasikan dalam bentuk ideologi, sekalipun dengan pemahaman yang dangkal dalam penerimaan suatu konsep tertentu. Andil orangtua, keluarga, dosen,

tokoh agama hingga masyarakat sangat diperlukan untuk memberikan pengetahuan yang benar sehingga anak tidak semakin jauh melangkah pada organisasi yang justru membawa pada bentuk radikalisme pemikiran hingga sampai pada radikalisme aksi.

Dari kemajuan teknologi saat ini, maka dapat dikatakan untuk membentuk sebuah komunitas tertentu sehingga menjadi sebuah komunitas budaya sekalipun dapat dilakukan melalui *cyberspace* (dunia maya), sangat mudah dan memungkinkan banyak komunitas dapat terjaring melalui teknologi informatika sekarang ini. Namun demikian banyaknya komunitas yang dibentuk melalui media sosial ini juga sekaligus menunjukkan identitas seseorang sebagai tingkat kebutuhan manusia yang paling tinggi yaitu kebutuhan akan aktualisasi diri, yang merupakan kebutuhan untuk mempertinggi potensi-potensi yang dimiliki oleh setiap individu, pengembangan diri secara maksimal dengan bakat-bakat yang ada, keaktifan dan ekspresi diri, seperti yang dijelaskan dalam teori hirarki kebutuhan Maslow.

Perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat memberikan ruang terbuka bagi transformasi informasi bagi siapapun baik individu maupun sebuah lembaga, instansi untuk menyebarluaskan apa yang menjadi pokok tema, wacana yang ditujukan secara luas kepada publik dan dapat lebih mudah dan cepat diterima isi pesan yang disampaikan melalui sarana media sosial, karena media sosial juga memungkinkan siapa saja memberikan respon/tanggapan terhadap isi pesan yang disampaikan sehingga penggunaan serta pemanfaatannya menjadi tanggungjawab masing-masing selama isi pesan ini masih bisa diterima secara wajar. Penggunaan media sosial untuk memfasilitasi dan memperluas jaringan seharusnya dapat menambah manfaat dan memberikan kesempatan kepada individu untuk berpartisipasi dan teknologi informasi juga mampu membuat individu bijak dalam untuk ikut berdiskusi pada media online (Wessel,2008). Orang bergabung dengan suatu komunitas karena beberapa alasan, seperti pendidikan, profesional, hobi hingga suatu memiliki pemahaman yang sama terhadap suatu konsep.

Dalam komunitas seperti itu, orang berbagi pengalaman dan pengetahuan serta meningkatkan kemampuan dan keterampilan mereka juga mendorong adanya suatu pembelajaran. Berbagai ide-ide dapat saling dieksplorasi melalui diskusi atas situasi dan kebutuhan, serta memecahkan masalah satu sama lain, meskipun tidak berkomunikasi dengan tatap muka. Hal inilah yang menjadikan media sosial memiliki kemampuan untuk menjadi wadah sosial bagi masyarakat untuk menemukan dirinya dan menyampaikan identitas dirinya secara publik terhadap suatu hal tertentu yang diyakininya dan ingin didengar oleh banyak orang secara virtual dengan cara-cara membangun komunitas maya.

C. PENUTUP

Dari paparan di atas, dapat disimpulkan bahwa pengaruh media sosial terhadap kehidupan sosial setidaknya tampak pada tiga tingkat yaitu: 1) Tingkat individu dimana media sosial dapat menciptakan perubahan mendasar terhadap pemahaman kita tentang diri (*self*) dan identitas (*identity*). Sebagai konsep (maupun realitas), identitas masih ada bila ada perbedaan (*difference*), yaitu prinsip "perbedaan" atau "pembedaan", yang membedakan seseorang dengan orang-orang lainnya. 2) Tingkat interaksi antar individu dimana media sosial dapat menjadikan jaringan (*web*) dan hubungan (*connection*) menjadikan kesalingterhubungan (*interconnectedness*) dan kesalingbergantungan (*interdepencency*) secara virtual. 3) Tingkat komunitas dimana media sosial sebagai komunitas imajiner (*imaginary community*) yang di dalamnya terdapat ruang-ruang maya sebagai wadah untuk menampung berbagai aktivitas manusia mulai dari aktivitas pribadi hingga aktivitas publik hingga menjangkau pada aspek kehidupan sosial masyarakat.

REFERENSI

Bungin, Burhan. (2009). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana.h.296.

Golose, Petrus. (2009). *Deradikalisasi Terorisme Humanis, Soul Approach dan Menyentuh Akar Rumput.* Jakarta: YPKIK.

Gunawan, F. (2012). Cyberspace dan Bahasa Alay. *Kandai: Jurnal Bahasa dan Sastra*, *8*(2), 137-147.

Horton, Jodi. (2008). *Will Social Media" Become an Oxymoron?" Inside Tucson Business*, (10March).12.

Husaini, Adian. (2006). Hegemoni Kristen-Barat dalam Studi Islam di Perguruan Tinggi, Jakarta: Gema Insani Press, h. 243

Hasani, Ismail dan Bonar T.N. (2012). *Dari Radikalisme Menuju Terorisme*. Jakarta: Pustaka Masyarakat Setara.h.11.

Kalamas, Maria, Mitchell, Tyra, and Lester, Deborah. (2009). *Modeling Social Media Use: Bridging the Communication Gap in Higher Education,* Journal of Advertising Education, 13.(1).h.3

Littlejohn, Stephen W., dan Karen A. Foss. (2009). *Teori Komunikasi Theories of Human Communication* edisi Sembilan. Jakarta: Salemba Humanika.h.413-414.

Mayfield, Antony. (2008). *(E-book) What is Social Media*?. London: iCrossing,h.5

McQuail, Denis. (2011). *Teori Komunikasi Massa Buku*, 6th edition, Jakarta: Salemba Humanika.h.163.

Nasrullah,Rulli. (2014). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia*), Jakarta: Kencana,h.14.

Purwanto, Ngalim. (2001). *Prinsip-Prinsip dan Teknik Evaluasi Pengajaran.* Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Ridwan, Nur Khalik. (2008). Regenerasi NII: Membedah Jaringan Islam Jihadi di Indonesia, Jakarta: Erlangga. h.9-12

Schuler, Kate. (2008). *Making your Media Matter 2008 Rapporteur's Report. Center for Social Media*, American University: Washington, DC.h.2.

Straubhaar, J., LaRose, R., and Davenpo, L. (2010). *Media Now: Understanding Media, Culture, and Technology, 7th edition, Wadsworth, Cengage Learning,* United States of America. h.50.

Thurlow, C., Lengel, L., and Tomic. (2004). *A. Computer Mediated Communication Social Interaction And The Internet,* Sage Publications, London, Thousand Oaks, and New Delhi.h.2.

Turkle, S. (2005). *The Second Self: Computers and the Human Spirit*. The MIT Press. London.

Turmudi, Endan. (2005). *Islam dan Radikalisme di Indonesia*. Jakarta: LIPI Press.h.5.

Toha, Miftah. (2007). *Perilaku Organisasi: Konsep Dasar dan Aplikasinya*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.h.112.

Wassell, Beth, and Crouch, Corey. (2008). *Fostering Connections Between Multicultural Education and Technology: Incorporating Weblogs Into Preservice Teacher Education.* Journal of Technology and Teacher Education, 16(2).h.211-232.

TEOLOGI KORUPSI: BAYANG-BAYANG ANTI KORUPSI MELALUI MEDIA SOSIAL

Ashadi L. Diab
Institut Agama Islam Negeri Kendari
ldiab_adhy@yahoo.com

A. PENDAHULUAN

Penegakan hukum antikorupsi terus digulirkan khususnya melalui media, baik melalui cetak, elektronik dan media sosial lainnya, sehingga pelaku korupsi bukan hanya terancam hukuman tapi juga melalui pengadilan media untuk dipertanggungjawabkan. Hal ini terjadi karena peran media yang selalu memberitakan hal-hal yang berbau tindak pidana korupsi untuk selalu memberikan suntikan dan mengingatkan para pegiat penyelenggara hukum agar selalu memporsikan peranannya dalam menuntaskan berbagai macam kasus-kasus yang sudah ada. Di sisi lain, kelompok-kelompok keagamaan dan LSM, partai politik dan secara bersama-sama juga telah dengan lantang menyerukan perlawanan terhadap korupsi. Seminar-seminar dan workshop-workshop yang dilakukan para akademisi menyamakan semangat untuk melawan korupsi. Data dari penyidikan kasus korupsi dalam empat tahun terakhir pada 2014 ada 56 kasus korupsi yang disidik KPK. Kemudian naik pada 2015 menjadi 57 kasus, dan pada 2017 naik lagi menjadi 99 kasus. Para kepala daerah dari tingkat gubernur hingga wali kota atau bupati terjerat korupsi. Pejabat eselon I, II, dan III dan dari kalangan swasta juga tidak sedikit terlibat korupsi. Modus korupsi yang paling sering dilakukan adalah penyuapan. Seperti halnya yang terjadi baru-baru ini di Sulawesi tenggara walikota dan calon Gubernur yang merupakan ayah dan anak tertangkap tangan oleh KPK. (Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi,1985).

Apa yang dikatakan oleh para pakar sekarang telah menjadi kenyataan, maka apa yang dilakukan oleh pemerintah dan lembaga-

lembaga non pemerintah merupakan angin segar bagi pemberantasan korupsi. Tapi sayang, yang dilakukan pemerintah dan juga oleh lembaga-lembaga non pemerintah tidak serta merta menjadikan korupsi berkurang. Kecurigaan yang mungkin saja timbul di balik kegagalan-kegagalan memberantas korupsi itu adalah karena kita semua, mungkin saja, tidak merelakan ***supremasi*** korupsi yang telah sekian lama mendarah daging dan menjadi "modal" dalam relasi sosial, politik, ekonomi, dan ke-agama-an Indonesia selama puluhan tahun harus barakhir. T.S. Eliot pernah mengartikan budaya sebagai *a meaningful coherence*, kesatuan-ikatan yang memberi makna, *a whole way of life*, totalitas jalan hidup.

Pemberantasan korupsi di Indonesia saat ini perlu adanya tekanan kuat dari masyarakat luas melalui media-media untuk memberikan informasi kepada khalayak atau dalam bahasa medianya "memviralkan berita dan kejadian kaitannya dengan korupsi dan penyalahgunaaan wewenang. Selama ini, pemberantasan korupsi hanya dijadikan sebagai bahan kampanye untuk mencari dukungan saja tanpa ada realisasinya dari partai politik yang bersangkutan. Hal ini sangat diperlukan untuk menekan pemerintah dan sekaligus memberikan dukungan moral agar pemerintah bangkit memberantas korupsi.

Pemberantasan korupsi sejatinya tak hanya soal angka-angka, tetapi juga tentang bagaimana perjuangan melawan korupsi harus digdaya dan ekstrim. Tampaknya ini yang terus mendapat ujian. Penyiraman air keras terhadap penyidik KPK Novel Baswedan misalnya, jelas merupakan upaya mengerdilkan pemberantasan korupsi, dan sampai tulisan ini ditulis pelaku dan dalang penyiraman Novel Baswedan masih belum terungkap.

Tidak bisa dipungkiri bahwa peran media dalam mengungkap dan memperkuat penegak hukum yang sedang mengalami pelemahan wewenang selalu mendapat support dari manapun melalui media-media sosial. Dengan adanya animo pegiat media sosial terhadap isu terkini, harapan agar energi baru untuk melawan korupsi. Karena

publik sebagai pengguna media merupakan mitra strategis dalam memberantas kejahatan.

B. PEMBAHASAN

1. Anti Korupsi Berbasis Media

Syed Hussein Alatas Seorang sosiolog secara implisit menyebutkan tiga bentuk korupsi yaitu sogokan (bribery), pemerasan (extortion), dan nepotisme. Korupsi berasal dari bahasa latin, Corruptio-Corrumpere yang artinya busuk, rusak, menggoyahkan, memutar balik atau menyogok. Korupsi menurut Huntington (1968) adalah perilaku pejabat publik yang menyimpang dari norma-norma yang diterima oleh masyarakat, dan perilaku menyimpang ini ditujukan dalam rangka memenuhi kepentingan pribadi. Sehingga korupsi bukan hanya salah satu kondisi negatif perekonomian melainkan sebuah kondisi objektif yang menggerogoti ketahanan bangsa dan negara di semua bidang.

Media sebagai institusi yang berperan sebagai *agentof change,* yaitu sebagai institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigma media massa berperan: (a) sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya, dan menjadi masyarakat yang maju sehingga sangat membantu untuk memberikan informasi-informasi terhadap pelaku-pelaku kejahatan korupsi. Selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur dan benar disampaikan media massa kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi kaya dengan informasi, yang terbuka dengan informasi, sebaliknya pula (b) masyarakat akan menjadi masyarakat informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa. (c) Media massa sebagai media hiburan. Sebagai *agent of change*, Sebagai *agent of change* yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya korupsi yang tidak bermanfaat dan imoral bagi

masyarakat dan Negara. Dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakatnya.

Dalam perspektif keagamaan, mungkin saja, korupsi telah berevolusi menjadi agama baru di negeri ini, uang sebagai Tuhannya dan transaksi sebagai ritual keagamaannya. Korupsi, dalam istilah Karl Marx untuk mengkritik agama, telah menjadi candu masyarakat artinya kekuatan korupsi mampu mensugesti, memberi impuls kepada masyarakat untuk hidup. Orang yang kecanduan dapat saja disembuhkan walaupun sangat sulit.

Dalam konteks ini korupsi telah menjadi sistem dalam masyarakat, sehingga orang yang ingin eksis dalam gaya hidupnya harus juga melakukan korupsi dalam teorinya Max Weber. Orang yang masuk dalam sistem korupsi, ibarat dua sisi pisau yang tajam, mundur dan maju kena. Karena sistem korupsi yang begitu kuat, maka bisa saja orang "bersih" dan kritis terhadap budaya korupsi ketika masuk dalam sistem itu akan juga akan melakukan tindakan-tindakan korupsi, sangat sependapat dengan istilah P Bourdieu, sebagai habitus. Habitus merupakan hasil keterampilan yang menjadi tindakan praktis yang kemudian diterjemahkan menjadi kemampuan yang kelihatan alamiah dan berkembang dalam lingkungan sosial tertentu.

Dalam pengalaman yang dilakukan oleh mahasiswa PPL Syariah di Pengadilan Negeri Kendari, penyebab adanya tindakan korupsi sebenarnya bervariasi dan beraneka ragam. Akan tetapi, secara umum dapatlah dirumuskan, sesuai dengan pengertian korupsi diatas yaitu bertujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi, kelompok, keluarga, golongannya sendiri. Faktor-faktor secara umum yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan korupsi antara lain yaitu:

1. Ketiadaan atau kelemahan kepemimpinan dalam posisi-posisi kunci yang mampu memberi ilham dan mempengaruhi tingkah laku yang menjinakkan korupsi.
2. Kelemahan pengajaran-pengajaran agama dan etika. Perilaku-perilaku yang terjadi pada diri seseorang sangat dipengaruhi oleh peristiwa yang melingkupinya, sehingga untuk membentengi

dirinya sangat diperlukan pemahaman agama dan etika dalam melakukan kehidupan sehari-harinya.

3. Kolonialisme, suatu pemerintahan asing tidaklah menggugah kesetiaan dan kepatuhan yang diperlukan untuk membendung korupsi.
4. Tidak adanya tindakan hukum yang tegas. Hukuman sangat berpengaruh terhadap pemberian efek jera kepada pelaku-pelaku korupsi, sehingga pemberian hukuman yang tidak setimpal akan berefek kepada pelaku kejahatan koruptor.
5. Kelangkaan lingkungan yang subur untuk perilaku anti korupsi.
6. Struktur pemerintahan. Dalam membentuk dan meminimalisir tindakan korupsi harus dimulai dengan lingkungan kantor yang baik, salah satunya bertanggung jawab terhadap pekerjaan di lingkungan kerja.
7. Perubahan radikal, suatu sistem nilai yang mengalami perubahan radikal, korupsi muncul sebagai penyakit transisional. Keadaan masyarakat yang semakin majemuk. Kebutuhan hidup yang mengarah kepada hedonis dan mejemuk memberikan ruang untuk seseorang melakukan tindakan-tindakan korupsi. (Koentjaraningrat, 1985)

Dalam teori yang dikemukakan oleh Jack Bologne atau sering disebut GONE Theory bahwa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya korupsi meliputi:

- *Greeds* (keserakahan): berkaitan dengan adanya perilaku serakah yang secara potensial ada di dalam diri setiap orang.
- *Opportunities* (kesempatan): berkaitan dengan keadaan organisasi atau instansi atau masyarakat yang sedemikian rupa, sehingga terbuka kesempatan bagi seseorang untuk melakukan kecurangan.
- *Needs* (kebutuhan): berkaitan dengan faktor-faktor yang dibutuhkan oleh individu-individu untuk menunjang hidupnya yang wajar.

- *Exposures* (pengungkapan): berkaitan dengan tindakan atau konsekuensi yang dihadapi oleh pelaku kecurangan apabila pelaku diketemukan melakukan kecurangan (Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah, 2005).

Kebobrokan dan keburukan korupsi yang paling dalam bagi orang maupun lembaga yang korup tidak lagi dapat membedakan antara benar dan salah. Garis antara kemanusiaan yang wajar dan sikap bajingan menjadi kabur dan seakan-akan sudah menyatu, sehingga orang menjadi biasa dengan menipu, mencolong. Dengan demikian korupsi sangat mampu untuk melumpuhkan ketahanan moral bangsa seluruh lapisannya.

Menurut Aditjandra, ada tiga model korupsi jika dilihat dari definisinya yaitu:

a. Berada dalam bentuk suap (bribery), yakni dimana prakarsa datang dari pengusaha atau warga yang membutuhkan jasa dari birokrat atau petugas pelayanan publik atau pembatalan kewajiban membayar denda ke kas negara, pemerasan (extortion) dimana prakarsa untuk meminta balas jasa datang dari birokrat atau petugas pelayan publik lainnya.
b. Jaring-jaring korupsi antar birokrat, politisi, aparat penegakan hukum, dan perusahaan yang mendapatkan kedudukan istimewa. Menurut Aditjandra, pada korupsi dalam bentuk ini biasanya terdapat ikatan-ikatan yang nepotis antara beberapa anggota dan lingkupnya bisa mencapai level nasional.
c. Korupsi dalam model ini berlangsung dalam lingkup internasional dimana kedudukan aparat penegak hukum dalam model korupsi lapis kedua digantikan oleh lembaga-lembaga internasional yang mempunyai otoritas di bidang usaha maskapai-maskapai mancanegara yang produknya terlebih oleh pimpinan rezim yang menjadi anggota jaring-jaring korupsi internasional korupsi tersebut.

Dalam Kondisi struktural perlu diperhatikan bahwa kita jangan terlalu mudah berfokus pada segi etis maupun budaya korupsi. Korupsi

adalah pertama-tama masalah struktur. Perilaku korupsi bisa dikatakan tergantung dari struktur kekuasaan. Unsur kunci adalah apakah negara hukum berfungsi, apakah ada undang-undang yang secara optimal mendukung perang melawan korupsi dan apakah ada *political will* untuk memanfaatkan undang-undang itu sepenuhnya itulah kunci utamanya. (Liddle, R.W, 1978).

Namun kondisi struktur dasar itu sendiri tergantung dari dua faktor yakni, adanya sistem auditing yang sungguh-sungguh. Auditing negara harus sedemikian efisien sehingga segala transaksi dana dan biaya diaudit dan tekanan masyarakat pertama-tama dimainkan oleh media massa. Di mana unsur terpenting adalah adanya *investigative press*. Jadi media terus menguber korupsi dan koruptor. Dengan auditing yang efektif dan kontrol sosial yang keras akan diciptakan situasi di mana resiko dalam melakukan korupsi mengalahkan keuntungan yang diharapkan. Jadi dimana orang yang mempunyai politik tidak lagi akan korupsi *all out,* kerena terlalu khawatir jangan-jangan pada saat strategis tindakan korupsi yang pernah dilakukannya diekspos oleh media. (Franz Magnis Suseno,2005).

Gerakan pengefektifan birokrasi yaitu dengan menyusutkan jumlah pegawai dalam pemerintahan agar didapat hasil kerja yang optimal dengan jalan menempatkan orang yang sesuai dengan kemampuan dan keahliannya. Dan apabila masih ada pegawai yang melakukan korupsi, dilakukan tindakan tegas dan keras kepada mereka yang telah terbukti bersalah dan bilamana perlu dihukum mati karena korupsi adalah kejahatan terbesar bagi kemanusiaan dan siapa saja yang melakukan korupsi berarti melanggar harkat dan martabat kehidupan.

Dengan kata lain bahwa perbedaan antara negara-negara serta masyarakat yang sangat korup dengan negara-negara yang korup tidak terletak pada perbedaan budaya (Budaya negara-negara sangat korup dianggap permisif terhadap korupsi dsb) melainkan dalam perbedaan unsur-unsur struktural yang dapat mengurangi dan menekan korupsi.

Dalam hal budaya korupsi sangat erat kaitannya dengan Kebudayaan, ada nilai-nilai pandangan kebijakan etis yang

mempersulit maupun mempermudah untuk melakukan korupsi. Apabila korupsi marajalela, maka itu bukan karena budaya langsung mendukungnya, melainkan karena sikap-sikap yang menentang kurang mendapat tempat di dalamnya. Korupsi terjadi bisa juga karena faktor sosial, ekonomi dan lainnya. Fenomena ini yang seharusnya organisasi terbesar di Indonesia, NU dan Muhammadiyah beserta mayoritas muslim Indonesia sangat penting dan memperkuat posisi untuk memantau bagaimana aparat sebagai representasi negara mampu menjadi benteng dalam membendung korupsi (Haedar Nashir, 1998).

Menyosialisasikan gerakan moral yang secara terus menerus bahwa korupsi adalah kejahatan besar bagi kemanusiaan yang melanggar harkat dan martabat manusia. Melalui gerakan moral diharapkan tercipta kondisi lingkungan sosial masyarakat yang sangat menolak, menentang, dan menghukum perbuatan korupsi dan akan menerima, mendukung, dan menghargai perilaku anti korupsi. Langkah ini antara lain dapat dilakukan melalui lembaga pendidikan, sehingga dapat terjangkau seluruh lapisan masyarakat terutama generasi muda sebagai langkah yang efektif membangun peradaban bangsa yang bersih dari moral korup.

Dengan demikian pemberantasan korupsi harus mendefinisikan ulang budaya penyelenggaraan urusan yang tanpa korupsi dengan memaknai kembali bahwa korupsi bukan sebagai "modal". Dalam merekonstruksi makna budaya urusan selama ini, yang *ngawur* karena menghalalkan korupsi dan dianggap menjadi kebenaran, kewajaran, bahkan ideologi dominan. Seperti yang ditengarai teori ideologi bahwa apa yang sudah biasa, natural, lumrah sebenarnya memendam ketidaksadaran akan suatu distorsi. Apa yang tampaknya biasa, sudah diterima umum (seperti korupsi) ternyata sudah mengandung muatan ideologis, ideologi dominan tadi, yakni pemakluman korupsi beserta anteknya. Ini berarti kampanye antikorupsi dalam konteks budaya yang permisif dan "membolehkan" seperti selama ini terjadi, meminjam istilah Dick Hebdige berada dalam *cohere in contradiction*. Korupsi diakui menyatu-ikat dalam setiap urusan kita, namun kewajaran itu pada dasarnya juga menciptakan konflik.

Gerakan antikorupsi jelas melihat korupsi sebagai dosa dan kriminal namun para spekulan prokorupsi memandangnya sebagai kesatuan-ikat sejauh dilihat sebagai "prasyarat" urusan-urusan selama ini. Tarik-menarik antara korupsi sebagai "modal urusan", prasyarat, kewajaran, keuntungan, dan korupsi sebagai dosa/kriminal, patologi urusan, benalu yang tidak wajar dan upaya kembali kepada keuntungan yang fair, inilah yang akan menentukan supremasi korupsi masih tetap kita pertahankan atau tidak. Dengan kata lain, posisi korupsi bukan hanya dipandang negatif dan perilaku menyimpang dalam budaya yang melingkupinya tapi juga sudah menjadi, seperti yang diungkapkan oleh Gus Dur terhadap budaya pesantren, "*sub-kultur*", yang keberadaannya harus diakui. Bahkan bukan hanya eksis tetapi korupsi juga telah mencapai taraf paradiso, taraf di mana seorang koruptor mencapai pengalaman puncak, ekstase keuntungan-kemudahan-jalan pintas. Sebuah tahapan ketika "penyakit sosial" dimaknai sebagai kewajaran, koruptor sebagai pahlawan atau bahkan santo. Korupsi menjadi orgasme masyarakat dan para koruptor nabi-nabinya.

Pemberantasan korupsi harus mencapai situasi *inferno*, yaitu tumbuhnya kesadaran bahwa korupsi dipandang sebagai tindakan memalukan, melawan kodrat keluhuran manusia, simbol yang menjijikkan. Dimana melaluinya seseorang didorong untuk melakukan kewajiban luhur untuk mengawasi, menertibkan, dan memberantas korupsi. Dalam rangka bagaimana agar *paradiso* subbudaya korupsi bisa dihentikan oleh *inferno*-nya inilah kita perlu membebaskan korupsi sebagai sub-kultur yang tidak dicibir. Sebaliknya, demi pemberantasannya kita pertama-tama justru perlu mengakui keberadaannya, eksistensinya, *purgatorio* subbudaya korupsi. Omong kosong korupsi itu dosa jika ia juga kenikmatan, korupsi itu merugikan *toh* ia juga menguntungkan minimal mereka yang terlibat kongkalingkong itu, dan seterusnya.

Subbudaya korupsi dalam budaya urusan yang lebih luas bukan hanya *noise*, tetapi telah menjadi *sound* yang bermakna. Harus diakui,

menggempur tradisi korupsi tak ubahnya mencerabut pohon bambu dari ujung daun karena korupsi telah menjadi bagian intrinsik budaya, gaya hidup, sekaligus kebanggaan identitas kebangsaan yang sulit dikikis. Memberantas korupsi terdengar bombastis manakala korupsi telah bermetamorfosis menjadi sebuah ideologi yang mengendap dalam kesadaran kosmologis terdalam tiap kepala manusia Indonesia. Karena itu, bahaya korupsi jauh lebih laten ketimbang sekadar paham komunis yang tanpa diperangi pun akan mati dengan sendirinya, dan lebih bahaya lagi, karena tidak adanya kesadaran masyarakat

Kegagalan menumbuhkan kegeraman dan kemarahan masyarakat terhadap praktek korupsi merupakan awal kegagalan pemberantasan korupsi. Karena tidak ada kegeraman masyarakat tersebut, tekanan masyarakat kepada pemerintah yang memegang peran kunci untuk pemberantasan korupsi tidak muncul. Akibatnya, pemerintah lembek menyikapi korupsi. Korupsi adalah "kultur yang bandel" walaupun undang-undang, aparat, demo, dan Nusakambangan sudah mengancam, tapi tetap saja korupsi dijadikan sebagai cara efektif untuk mencapai *ektase*. Maka pemberantasan korupsi berarti mematikan roh subbudaya korupsi selama ini. Tidak ada subbudaya yang bisa bertahan lama, begitu *ndableg,* seperti korupsi jika ia tidak memberikan manfaat yang besar bagi pelakunya. Orang lebih suka "memberikan uang damai" daripada harus ikut sidang karena kita tertangkap mengendarai sepeda motor tanpa bisa menunjukkan SIM. Siapa pun tahu tanpa komisi jangan harap bisa mendapat proyek. Dengan korupsi diberantas, maka tidak lagi ada manfaat, keuntungan yang seperti biasanya. Meski keuntungan atau kemudahan korupsi dipandang tidak wajar. Wajar-tidaknya perilaku korupsi akan kembali pada mana manfaat riil yang paling besar dan menguntungkan, tanpa korupsi atau tetap memberlakukan korupsi.

Dalam hal efek disentegrasi sosial, kalau kita ingin mencermati korupsi lebih berpengaruh daripada latar belakang budaya disentegrasi sosial yang disebabkan oleh modernisasi. Dan itu berlaku baik dari kalangan atas maupun kalangan bawah. Masyarakat menengah ke bawah untuk sebagian dilemparkan ke dalam perjuangan tanpa ampun

agar dapat *survive*. Terutama di kota-kota, mantera dalam perjuangan itu adalah uang. Uanglah yang membuka semua pintu keberhasilan. Bisa dikatakan bahwa hanya di kelas-kelas berpendapatan rendah tambahan pekerjaan setiap hari menghasilkan sedikit lebih banyak uang, tetapi setiap orang berhak naik dari tingkat yang lebih tinggi dan sudah menjadi rahasia umum bahwa untuk mendapatkan hal tersebut yakni melalui koneksi atau kolusi dengan pihak yang mempunyai akses sumber dana. Kelihatan betapa sulit dalam situasi semacam itu orang memperoleh pengalaman bahwa di jangka panjang sikap jujur bisa menghasilkan keamanan, kemajuan, kesejahteraan (Musa Asy'arie, 2002).

Dalam melakukan pembersihan dan menciptakan semua aparat hukum dalam hal ini (Kepolisian, Kejaksaan, Pengadilan) yang bersih, jujur, disiplin, dan bertanggungjawab serta memiliki komitmen yang tinggi dan berani melakukan pemberantasan korupsi tanpa memandang status sosial untuk menegakkan hukum dan keadilan. Hal ini dapat dilakukan dengan membenahi sistem organisasi yang ada dengan menekankan prosedur *structure follows strategy* yaitu dengan menggambar struktur organisasi yang sudah ada terlebih dahulu kemudian menempatkan orang-orang sesuai posisinya masing-masing dalam struktur organisasi tersebut.

Dalam penanggulangan korupsi ini supaya tidak marajalela. Bahaya terbesar adalah bahwa kita dilumpuhkan oleh besarnya dimensi masalah korupsi ini. Kita bisa putus asa, seakan-akan tidak ada yang bisa dilakukan. ini tentu saja tidak betul. Jelas bahwa pemberantasan korupsi menjadi perjuangan yang berat, yang menuntut tekad dab juga kesabaran, tetapi kita harus yakin bahwa perjuangan ini dapat dimenangkan. Ada beberapa hal yang bisa kita lakukan; *Pertama*, kita harus mewujudkan kondisi-kondisi sistemik optimal untuk pemberantasan korupsi. Jadi masih lebih mengefektifkan BPK serta perangkat hukum yang menunjang perjuangan itu. *Kedua*, kita harus menuntut *political will* dari pemerintah maupun dari badan-badan legeslatif, terutama di tingkat nasional. Pemerintah, presiden harus dengan tegas mengambil semua tindakan yang menunjang dan

memperluas dan mempertajam pemberantasan korupsi. Korupsi harus diberantas dari atas ke bawah. DPR harus digerakkan supaya mengakhiri *money politics,* misalnya dalam pembahasan sebuah RUU. Kita memerlukan parlemen yang melakukan pekerjaannya dengan bersih dan kompeten. Jadi segala institusionalisasi *money politics* dalam pekerjaan rutin DPR harus diakhiri.

Dalam pandangan Baharuddin Lopa tentang korupsi dalam mencegahnya tidaklah begitu sulit kalau kita secara sadar untuk menempatkan kepentingan umum (kepentingan rakyat banyak) di atas kepentingan pribadi atau golongan. Ini perlu ditekankan sebab betapa pun sempurnanya peraturan, kalau ada niat untuk melakukan korupsi tetap ada di hati para pihak yang ingin korup, korupsi tetap akan terjadi karena faktor mental itulah yang sangat menentukan. Dalam melakukan analisis atas perbuatan korupsi dapat didasarkan pada 3 (tiga) pendekatan berdasarkan alur proses korupsi yaitu : a) Pendekatan pada posisi sebelum perbuatan korupsi terjadi, b) Pendekatan pada posisi perbuatan korupsi terjadi, c) Pendekatan pada posisi setelah perbuatan korupsi terjadi. Dari tiga pendekatan ini dapat diklasifikasikan tiga strategi untuk mencegah dan memberantas korupsi yang tepat yaitu:

a. Strategi Preventif., Strategi ini harus dibuat dan dilaksanakan dengan diarahkan pada hal-hal yang menjadi penyebab timbulnya korupsi. Setiap penyebab yang terindikasi harus dibuat upaya preventifnya, sehingga dapat meminimalkan penyebab korupsi. Di samping itu perlu dibuat upaya yang dapat meminimalkan peluang untuk melakukan korupsi dan upaya ini melibatkan banyak pihak dalam pelaksanaannya agar dapat berhasil dan mampu mencegah adanya korupsi.
b. Strategi Deduktif., Strategi ini harus dibuat dan dilaksanakan terutama dengan diarahkan agar apabila suatu perbuatan korupsi terlanjur terjadi, maka perbuatan tersebut akan dapat diketahui dalam waktu yang sesingkat-singkatnya dan seakurat-akuratnya, sehingga dapat ditindaklanjuti dengan tepat. Dengan dasar pemikiran ini banyak sistem yang harus dibenahi, sehingga

sistem-sistem tersebut akan dapat berfungsi sebagai aturan yang cukup tepat memberikan sinyal apabila terjadi suatu perbuatan korupsi. Hal ini sangat membutuhkan adanya berbagai disiplin ilmu baik itu ilmu hukum, ekonomi maupun ilmu politik dan sosial.

c. Strategi Represif., Strategi ini harus dibuat dan dilaksanakan terutama dengan diarahkan untuk memberikan sanksi hukum yang setimpal secara cepat dan tepat kepada pihak-pihak yang terlibat dalam korupsi. Dengan dasar pemikiran ini proses penanganan korupsi sejak dari tahap penyelidikan, penyidikan dan penuntutan sampai dengan peradilan perlu dikaji untuk dapat disempurnakan di segala aspeknya, sehingga proses penanganan tersebut dapat dilakukan secara cepat dan tepat. Namun implementasinya harus dilakukan secara terintregasi. Bagi pemerintah banyak pilihan yang dapat dilakukan sesuai dengan strategi yang hendak dilaksanakan. Bahkan dari masyarakat dan para pemerhati / pengamat masalah korupsi banyak memberikan sumbangan pemikiran dan opini strategi pemberantasan korupsi secara preventif maupun secara represif(W. Creswell, John. Research Design, 1994).

C. PENUTUP

Pemberitaan yang disajikan oleh media, pada dasarnya merupakan akumulasi dari pengaruh yang beragam kaitannya dengan perilaku-perilaku korupsi yang dapat kita lakukan untuk memberantasnya. Pada level ideologi berhubungan dengan konsepsi atau posisi seseorang dalam menafsirkan realitas. Pada level ini akan dilihat lebih kepada yang berkuasa di masyarakat dan bagaimana mereka menentukan. Pokok perhatian dalam studi mengenai teks atau isi media merupakan tingkatan yang paling menyeluruh adalah ideologi. Media punya peranan penting dalam menyebarkan ideologi. Begitu pula para pekerja media, praktisi, dan berhubungan dapat berfungsi secara ideologis

Terlalu lemah dan mengada-ada ketika korupsi dikatakan hanya persoalan moralitas, perspektif agama sebagai halal dan haram, yang diakibatkan oleh tidak bekerjanya nilai-nilai agama dalam masyarakat karena korupsi itu sendiri telah menjadi moral dan agama, dan tentunya juga terlalu berlebihan jika menyerahkan pemberantasan korupsi hanya kepada aparat penegak hukum dan kelengkapannya, karena korupsi itu pun telah menjadi hukum itu sendiri. Maka tidak heran apabila retorika presiden untuk memerangi korupsi, diberlakukannya undang-undang anti korupsi, pembentukan komisi pemberantasan korupsi, mafia satgas kerjasama antara lembaga keagamaan untuk melakukan gerakan melawan korupsi. Oleh karena itu yang harus dilakukan bukan hanya gerakan moral tapi perubahan sistem: sistem berpikir dan bertindak. Dengan perubahan sistem berpikir dan bertindak dimana korupsi dipandang sebagai musuh bersama (*commonenemy*), karena korupsi adalah jahat dan melakukan korupsi berarti melakukan kejahatan, maka akan dengan sendirinya akan tumbuh kegeraman dan kesadaran masyarakat untuk melakukan kontrol sosial dan berlakunya sistem hukum.

Menciptakan semua aparat hukum (Kepolisian, Kejaksaan, Pengadilan) yang bersih, jujur, disiplin, dan bertanggungjawab serta memiliki komitmen yang tinggi dan berani melakukan pemberantasan korupsi tanpa memandang status sosial untuk menegakkan hukum dan keadilan. Hal ini dapat dilakukan dengan membenahi sistem organisasi yang ada dengan menekankan prosedur *structure follows strategy* yaitu dengan menggambar struktur organisasi yang sudah ada terlebih dahulu kemudian menempatkan orang-orang sesuai posisinya masing-masing dalam struktur organisasi tersebut.

REFERENSI

Anderson, B.R. O'G. (1983). Old State: New Society: Indonesia's New Order in Comparative Historical Perspective, dalam *Journal of Asian Studie*s. Vol. XLII, No. 3.

Asy'arie, Musa. (2002). *Menggagas Revolusi Kebudayaan Tanpa Kekerasan.* Yogyakarta: LESFI.

Crouch, H. (1974). Patrimonialism and Military Rule in Indonesia. Dalam *World Politics*, V. 31, No. 4.

Drehel, Axel and Christos Kotsogiannis. (2004). Corruption Around the World: Evidence from a Structural Mode.

Emerson, D.K. (1983). Understanding the New Order: Bureaucratic Pluralism in Indonesia, dalam *Asian Survey*, Vol. 23, No. 11.

Franz Magnis Suseno. (2005). *Penegakan Hukum dan Penanggulangan korupsi*, di Sampaikan pada Seminar Nasional 29 Desember. Yogyakarta: Jogja Expo Center.

Koentjaraningrat. (1985). Metode-Metode Penelitian Masyarakat. Jakarta: PT. Gramedia.

Liddle, R.W. (1978). Soeharto's Indonesia: Personal Rule and Political Institutions, dalam *Pacific Affairs*, Vol. 58.

Mahfud MD, Mohammad, dkk. (1997). *Kritik Sosial dalam Wacana Pembangunan* Yogyakarta: UII Press.

Maliki, Zainuddin. (2000) *Agama Rakyat Agama Penguasa; Konstruksi tentang Realitas Agama dan Demokrasi.* Yogyakarta: Galang Press.

Nashir, Haedar. (1998). Agama dan Mobilisasi Politik Massa, dalam *Atas Nama Agama, Wacana Agama dalam Dialog "Bebas" Konflik.* Bandung: Pustaka Hidayah.

O'Donnel, Guilermo. Modernization and Bureaucratic Authoritarian: Studi In South American. Dalam Muhammad AS. Hikam, *Negara Otoriter Birokratik dan Redemokratisasi; sebuah Tinjauan Kritis dan Beberapa Studi Kasus*, Jurnal Ilmu Politik, No. 8.

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. (2005). Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

Qodir, Zuly. (2001). *Agama dalam Bayang-bayang Kekuasaan.* Yogyakarta: DIAN/Interfidei.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (1985). Metode Penelitian Survei. Jakarta: LP3ES.

W. Creswell, John. (1994). Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches. London: Sage Publiation, Inc.

RELIGIOUS ADVICE OF DA'WAH T-SHIRT ON SOCIAL MEDIA

Fahmi Gunawan & Pairin
Institut Agama Islam Negeri Kendari
fgunawanp@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Islam adalah agama dakwah, yaitu agama yang selalu mendorong pemeluknya untuk senantiasa aktif melakukan kegiatan dakwah (Amran, 2015). Maju mundurnya umat Islam sangat bergantung pada kegiatan dakwah yang dilakukan. Oleh karena itu, al-Qur'an menyebut kegiatan ini dengan istilah *Ahsanu Qoula* (Falah, 2016). Hal ini juga berarti bahwa dalam memajukan agama Islam, dakwah menempati posisi yang sangat mulia. Sebagai agama dakwah, Islam mewajibkan umatnya melakukan internalisasi, transmisi, difusi, transformasi, dan aktualisasi syariat Islam dengan berbagai metode dan media yang bersumber dari al-Qur'an sebagai *kitab dakwah* dan Sunnah Rasulullah kepada umat manusia (Rachman, 2013).

Salah satu metode untuk melakukan internalisasi, transmisi, difusi, transformasi dakwah adalah dakwah melalui tulisan (Ghafur, 2014). Metode dakwah ini dikenal dengan istilah *dakwah bi al-Qalam* (Ismail, 2013). Metode dakwah ini menjadi sangat penting karena saat ini merupakan era informasi. Era informasi merupakan tantangan dan peluang bagi umat Islam yang hendak berdakwah. Kelebihan *dakwah bi al-Qalam* dari yang lain adalah pesan dakwahnya tetap dapat diterima meskipun pendakwahnya telah meninggal dunia, ataupun penulisnya telah wafat (Islamiyah & Zuhriyah, 2011). Inti dari dakwah *bi al-Qalam* adalah menulis. Menulis laksana mendayung dan berlayar dengan pikiran yang dengannya akan ditemukan tantangan, pengalaman dan kepuasan. Menulis dapat dilakukan dengan berbagai media, baik media cetak, online, luar ruang, maupun media komunikasi visual. Peranan media komunikasi visual ini menjadi sangat penting karena

selain dapat menyebarkan informasi, memberi hiburan, melakukan kontrol sosial, juga dapat mendidik masyarakat.

Baju kaos merupakan media komunikasi visual yang sangat efektif dan efisien untuk berdakwah (Wahyuningsih, 2014; Gunawan, 2015). Hal ini karena kaos merupakan jenis pakaian yang paling sering digunakan oleh masyarakat dalam aktivitas sehari-hari. Kaos seringkali menjadi kecenderungan gaya (*style*) dari berbagai kalangan (Christanto, Hagiyanto & Maer, 2014).Tampilan kaos yang unik dapat menarik keingintahuan orang-orang untuk memakai dan melihatnya. Hal ini akan mendorong orang tersebut untuk mengamati kaos tersebut, seperti warna, motif, gambar dan tulisannya. Penyampaian pesan lewat kaos akan terasa baru dan mencolok karena berbeda dengan poster ataupun jenis iklan lainnya, apalagi jika ditambah sentuhan dakwah. Hal ini dapat dilihat pada data berikut.

1. *Nggak ngaji, nggak keren*
2. *Ibumu, ibumu, ibumu, ayahmu*
3. *Never forget solat*
4. *La izzata illa bil jihad*

Data (1) Data (2)

Data (3) Data (4)

Data(1—4) merupakan beberapa pesan dakwah yang senantiasa disampaikan para *da'i* pada berbagai acara dakwahnya. Data (1)*"nggak ngaji. Nggak keren",* menjelaskan pentingnya membaca al-Quran. Data (2) *"ibumu, ibumu, ibumu, dan ayahmu"* membahas pentingnya berbuat baik kepada kedua orang tua. Data (3)*"la izzata illa bil jihad"* menjelaskan pentingnya jihad. Data (4)*"never forget sholat berjamaah"* membahas pentingnya sholat jama'ah. Keempat data ini juga bersumber dari al-Qur'an dan hadits Nabi. Namun demikian, segmentasi tulisan yang terdapat dalam baju kaos ini berbeda-beda. Ada segmen anak-anak, generasi muda, dan ada pula orang dewasa.

Data (1) *nggak ngaji, nggak keren* disegmentasikan untuk anak-anak yang hidup di kota. Anak-anak yang hidup di kota diserukan untuk senantiasa rajin membaca al-Qur'an. Hal ini karena belajar membaca al-Qur'an di kota lebih susah dan kompleks karena berbagai macam faktor. Membaca al-Qur'an akan mendapatkan pahala kebaikan di sisi Allah. Sebaliknya, jika tidak membaca al-Qur'an, pahala kebaikan itu tidak akan pernah diraih. Dalam bahasa gaul anak-anak, *nggak ngaji, nggak keren* berarti tidak baik jika tidak membaca al-Qur'an. Data (2)*"ibumu, ibumu, ibumu, dan ayahmu"* masuk dalam segmen anak-anak dan generasi muda yang belum menikah. Hal ini karena data (2) menjelaskan pentingnya berbuat baik kepada seorang ibu tiga kali lipat lebih banyak dari ayah. Ibu mempunyai peranan yang lebih besar daripada seorang ayah. Ibu mengandung, melahirkan, menyusui, dan membesar anak, sementara ayah menafkahi keluarga. Oleh sebab itu, *birrul walidain* atau berbuat baik kepada kedua orangtua menjadi sangat penting. Data (3) "*la izzatailla bil jihad"* bermakna tidak ada kemuliaan tanpa jihad. Dengan kata lain, data ini bermakna jihad itu mulia. Karena mulia, Allah membalasnya dengan surga. Tulisan dalam kaos ini bertujuan untuk menanamkan kesadaran dalam benak generasi muda untuk melakukan jihad di jalan Allah dengan berbagai bentuknya. Data (4) *"never forget sholat berjama'ah"* berarti jangan lupa sholat berjamaah. Ini bermakna bahwa sebagai umat Islam, kita diingatkan untuk senantiasa melakukan sholat berjamaah karena

pahalanya dua puluh tujuh kali lipat lebih banyak daripada sholat sendirian.

Berdasarkan fenomena tersebut, dapatlah diketahui bahwa dakwah baju kaos merupakan dakwah tulisan yang tidak lekang dimakan zaman. Hal ini karena selama ada kaos, selama itu pula dakwah tetap berjalan. Dimanapun pemakai baju kaos itu berada, disitulah tempat berdakwah. Siapapun yang membaca tulisan tersebut, itulah jama'ahnya. Dengan demikian, pola fikir pembacanya lambat laun akan dipengaruhi oleh tulisan-tulisan dalam baju kaos tersebut.

Penelitian mengenai pesan-pesan agama dalam kaos oblong sudah dilakukan beberapa para peneliti nasional, di antaranya adalah Aflaha (2017), Jamil dan Pohan (2017), Viatra (2017) dan Gunawan (2015). Dalam penelitiannya, Aflaha (2017) mengungkapkan bahwa hadits juga dapat digunakan sebagai bahan tulisan di dalam baju kaos. Namun demikian, Aflaha tidak menjelaskan klasifikasi hadits-hadits apa saja yang digunakan dalam tulisan baju kaos. Dia hanya menjelaskan secara general tentang penggunaan hadits di dalam baju kaos. Berbeda dengan Aflaha, penelitian Jamil dan Pohan (2017) terfokus pada baju kaos yang menggunakan brand Mosclot. Brand baju kaos ini memang khusus untuk generasi muda yang bermukim di Surabaya. Di sisi lain, Viatra (2017) membahas kaos secara umum sebagai media komunikasi visual antara satu orang dengan orang lain. Dengan kaos, pesan dapat disampaikan tanpa ada rasa tersinggung ataupun perasaan lainnya. Gunawan (2015) pada penelitian sebelumnya juga pernah membahas baju kaos, namun lebih difokuskan pada kaos-kaos yang bersifat akademik dan memiliki makna kearifan lokal. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian ini memberikan kontribusi yang berbeda. Hal itu karena penelitian ini mengkaji dan memberikan kategorisasi secara sederhana mengenai pesan-pesan keagamaan apa saja yang terdapat di dalam baju kaos yang tersebar luas di media sosial baik facebook dan whatsapp. Oleh karena itu, artikel ini bertujuan untuk membahas pesan-pesan keagamaan apasaja yang terdapat di dalam kaos oblong, terutama kaos oblong seringkali beredar di media sosial.

B. SELUK BELUK DAKWAH

Menurut bahasa, pesan dapat diartikan sebagai nasihat, permintaan, dan amanat yang dilakukan atau disampaikan orang lain (Musyafak, 2013), sementara dakwah dapat diartikan sebagai suatu proses upaya untuk mengubah suatu situasi lain yang lebih baik sesuai dengan ajaran agama Islam atau proses mengajak manusia ke jalan Allah, yaitu Islam(Amran, 2015). Masdar Hilmy mengatakan bahwa dakwah adalah mengajak dan menggerakkan manusia agar menaati ajaran-ajaran Allah, yaitu Islam, termasuk melakukan amar ma'ruf nahi munkar untuk memperoleh kebahagiaan di dunia dan di akhirat (Majid, 2017). Ada juga yang mengatakan bahwa dakwah adalah segala bentuk aktivitas penyampaian ajaran agama Islam kepada orang lain dengan cara bijaksana untuk menciptakan individu dan masyarakat yang menghayati dan mengamalkan ajaran Islam dalam semua aspek kehidupan. Pesan dakwah adalah nasihat yang disampaikan seseorang dalam upaya mengubah manusia agar berpegang teguh pada aturan Allah dengan menjalankan dan mengamalkan ajaran agama Islam.

Pesan dakwah dibagi menjadi dua, yaitu pesan verbal dan pesan nonverbal. Pesan verbal adalah pesan yang langsung diucapkan seorang pendakwah kepada audiensnya ketika menyampaikan materi dakwahnya. Pesan nonverbal adalah pesan dakwah yang disampaikan melalui tulisan. Kaos atau yang seringkali disebut T-Shirt tidak hanya digunakan untuk media komunikasi, promosi, dan iklan, tetapi juga untuk media dakwah (Amran, 2015). T-Shirt dipilih sebagai media dakwah karena secara umum kaos banyak digunakan oleh kalangan masyarakat sekitar, baik usia dini maupun usia lanjut. T-Shirt lebih mudah dijangkau dan diperoleh. T-Shirt dapat dipakai setiap saat dengan desain yang beraneka macam yang dapat menarik konsumen sekitar. Desain grafis pada kaos ditampilkan dengan gaya, bahasa, dan ilustrasi yang memiliki nilai pesan dan nilai estetis tersendiri. Berdasarkan banyaknya media dakwah di Indonesia, dakwah dalam bentuk kaos menjadi salah satu media komunikasi yang efektif. Media kaos yang menyampaikan pesan dakwah islamiyah ini ditampilkan

dalam desain grafis dengan gaya tertentu dan menarik perhatian kalangan remaja atau siapa saja pembacanya. Dengan demikian, pesan dakwah dalam baju kaos yang dimaksud adalah nasihat-nasihat yang disampaikan dalam upaya mengubah manusia agar berpegang teguh pada aturan Allah dengan menjalankan dan mengamalkan ajaran agama Islam melalui media baju kaos. Pesan ini tentu saja dapat didesiminasi melalui media sosial. Media sosial adalah media yang digunakan untuk mempererat hubungan sosial antar satu orang dengan orang lain. Media sosial dewasa ini sangat memainkan peranan dalam menyebarkan pesan-pesan apa saja yang dikehendaki oleh pihak-pihak yang melakukan komunikasi, termasuk di dalam pesan-pesan keagamaan. Analisis wacana dimaksudkan sebagai suatu analisis untuk mengungkap maksud dan makna tertentu. Wacana merupakan suatu upaya mengungkap maksud tersembunyi dari subjek yang mengungkapkan suatu pernyataan dengan menempatkan diri pada posisi pembicara dengan penafsiran mengikuti struktur makna dari pembaca.

C. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Sumber data penelitian berasal dari laman *google picture* dengan kata kunci *pesan-pesan keagamaan dalam baju kaos*. Data penelitian ini berupa tuturan-tuturan yang tertulis dalam baju kaos oblong yang mengandung ajakan moral baik dan kebajikan kepada anak-anak. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi dijabarkan menjadi pengumpulan data, reduksi data, penampilan data dan verifikasi data (Miles dan Huberman, 2014). Validitas data penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode. Triangulasi sumber data penelitian ini berupa dokumen meliputi buku- buku, dan jurnal ilmiah terkait penelitian ini. Penelitian kualitatif ini menggunakan model analisis semantik, yaitu menjelaskan maksud tuturan yang terdapat di dalam tulisan baju kaos oblong secara semantik.

D. HASIL PENELITIAN

Pesan dakwah yang terdapat dalam baju kaos diklasifikasi berdasarkan materi dan segmentasi. Berdasarkan materi, pesan dakwah itu berupa pesan tauhid, moral, dan jihad, sementara berdasarkan segmentasi, pesan dakwah diklasifikasi menjadi segmen anak-anak, segmen keluarga, dan umum. Namun demikian, artikel ini membahas segmen pesan dakwah berdasarkan materi. Berdasarkan materi, pesan dakwah diklasifikasi menjadi tiga, yaitu pesan tauhid, pesan jihad, dan pesan moral. Pesan tauhid adalah nasihat untuk mempercayai dan meyakini keesaan Allah. Tauhid secara bahasa berarti menjadikan sesuatu esa, sedangkan secara istilah, tauhid adalah ilmu yang membahas segala kepercayaan yang diambil dari dalil dalil keyakinan dan hukum-hukum Islam termasuk hukum mempercayai Allah itu esa. Hal ini dapat dilihat sebagaimana data berikut.

1. *There is no God but Allah*
2. *Tauhid makes us strong*
3. *Mau kaya, Solat dhuha*
4. *What do you choose?surga or neraka?*

Data 5-8 menjelaskan tentang pesan-pesan ketauhidan. Pesan tauhid pada data (5) menjelaskan bahwa tiada tuhan selain Allah. Dengan menggunakan bahasa Inggris, kaos ini hendak menyapa generasi muda untuk menyembah hanya kepada Allah. Penggunaan bahasa Inggris bertujuan untuk mendekatkan diri kepada audiensnya yang sebahagian besarnya adalah generasi muda. Data (6) menjelaskan bahwa mempunyai keyakinan teguh kepada Allah dapat membuat kita menjadi kuat. Kuat di sini bermakna denotatif, yaitu tahan banting terhadap segala persoalan yang datang menghampiri. Hanya ketika kita yakin kepada Allah, semua masalah dapat diatasi. Data (7) membahas salah satu keyakinan kepada Allah, yaitu kekayaan hanyalah milik Allah. Karena milik Allah, kita harus senantiasa memohon kekayaan kepada-Nya. Salah satu cara untuk memperoleh kekayaan dari Allah adalah dengan sholat dhuha. Data (8) membahas surga atau neraka. Surga atau neraka merupakan salah satu masalah tauhid yang senantiasa disampaikan di berbagai kesempatan. Hal ini

karena surga atau neraka merupakan tempat dibalasnya semua perbuatan baik atau buruk yang telah dilakukan setelah meninggal dunia.

Pesan jihad adalah nasihat untuk senantiasa berjihad di jalan Allah. Kata jihad berasal dari kata *jahada* atau *jahdun* yang berarti usaha atau *juhdun* yang berarti kekuatan. Secara bahasa, jihad berarti *mengeluarkan segala kesungguhan, kekuatan, dan kesanggupan* pada jalan yang diyakini bahwa jalan itulah yang benar. Ibnu Abbas mengatakan bahwa jihad itu *"mencurahkan segenap kekuatan dengan tanpa rasa takut untuk membela Allah terhadap cercaan orang yang mencerca dan permusuhan orang yang memusuhi".* Secara luas, jihad bermakna berperang melawan kaum *kuffar*, mencari nafkah, membelanjakan harta di jalan Allah, segala upaya dalam rangka mendukung agama Allah, berjuang melawan hawa nafsu, dan menghadapi setan. Berdasarkan penelusuran penelitian, berikut ini beberapa data yang berkaitan dengan pesan jihad.

1. *Be a good muslim or die as syuhada*
2. *Darah perang syuhada*
3. *Jihad, born to syahid*
4. *La Izzata illa bil jihad*

Data (9—12) membahas persoalan jihad. Data (9) *be a good muslim or die as syuhada*. Data (10) *darah perang syuhada*. Data (11) *jihad, born to syahid*. Data (12) *la izzata illa bil jihad*. Berdasarkan data sebelumnya, dapat dikatakan bahwa yang dimaksud jihad di sini adalah berperang melawan musuh-musuh Allah. Hal ini dapat dilihat pada semua data yang diperoleh. Tuturan kaos pada data (9) menyerukan para pembaca untuk menjadi seorang muslim yang baik. Muslim yang baik adalah muslim yang mengerjakan perintah Allah dan menjauhi larangannya. Jika tidak menjadi muslim yang baik, ada pilihan lain yang dapat dilakukan, yaitu wafat sebagai seorang syuhada. Wafat sebagai seorang syuhada menjadi sebuah kebanggaan karena seorang syuhada dijamin masuk syurga. Data (10) *darah perang syuhada* hendak menyerukan kepada para pembacanya untuk

mengetahui dan menyaksikan tumpahnya darah perang syuhada. Darah perang syuhada yang dimaksud adalah darah kaum muslim Palestina yang mengalir di medan perang ketika melawan musuh Allah, Israel, laknatullah. Data (11) juga menyerukan hal yang sama, *born to syahid, lahir sebagai seorang syahid*. Data ini kemudian diperkuat dengan data (12) yang berbunyi *la izzata illa bil jihad*, tidak ada kemuliaan kecuali dengan jihad. Pesan moral adalah nasihat yang menyerukan dilakukannya perbuatan baik dan ditinggalkannya perbuatan buruk. Pesan moral yang terdapat dalam baju kaos dapat dilihat sebagaimana data berikut.

1. *Jangan durhaka*
2. *Bicaralah yang baik atau diam*
3. *Punya Tuhan tapi malas berdoa rugi*
4. *La tagdhab, jangan marah, sabar, dan pemaaf*

Data (13—16) membahas pesan-pesan moral atau akhlak. Data (13) *jangan durhaka* membahas akhlak kepada orang tua. Akhlak kepada orang tua menjadi sangat penting karena sebab mereka, kita lahir di dunia. Tanpa mereka, kita tidak akan mungkin lahir di dunia. Pesan ini tentu ditujukan khusus kepada generasi muda, dan masyarakat luar pada umumnya. Data (14) *bicaralah yang baik atau diam* membahas akhlak kepada diri orang lain. Data (15) *punya Tuhan tapi malas berdoa rugi* membahas akhlak kepada diri sendiri. Data (16) *la taghdhob, jangan marah, sabar dan pemaaf* membahas akhlak terhadap diri sendiri. Dengan membaca pesan- pesan dalam baju kaos, seseorang pasti akan mengerti maksud dan tujuan dakwah ini. Pesan- pesan dalam baju kaos ini dapat dijadikan sebagai pelajaran dan tuntunan bagi orang-orang yang belum mengetahuinya. *Wallahu A'lam.*

E. PEMBAHASAN

Penelitian ini menegaskan bahwa pesan-pesan agama tidak hanya dapat disampaikan secara oral atau lisan sebagaimana lazimnya para muballig lakukan, tetapi juga secara tulisan. Pesan-pesan agama yang disampaikan secara tulisan melalui baju kaos ini merupakan

model mutakhir yang digunakan para pemikir dan cendekiawan muslim Indonesia untuk menyebarluaskan ajaran keagamaan. Hal ini karena media kaos merupakan media yang paling banyak digemari anak-anak dan generasi muda untuk digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Selain karena dirasa *simple* dalam berpakaian, juga dirasa sangat praktis. Hal ini senada dengan penelitian Aflaha (2017), Jamil & Aflaha (2017) dan Viatra yang mengungkapkan bahwa baju kaos dapat digunakan sebagai media komunikasi visual bagi para pembuatnya dan bertujuan untuk mendesiminasi pesan-pesan keagamaan. Oleh karena itu, untuk menanamkan nilai-nilai agama dalam kehidupan keseharian mereka tanpa ada rasa menggurui dan mengajari, diperbanyaklah tulisan-tulisan yang mengandung pesan-pesan keagamaan di kaos tersebut.

Jika ditelisik dengan seksama, pesan-pesan keagamaan ini muncul sesuai momentum, yaitu momentum dimana masyarakat sudah bosan dengan pesan-pesan yang telah menjadi brand di baju kaos, seperti kata-kata lucu dalam kaos Dagadu Jogja (Mahendra & Mohammad, 2012; Gerdiman, 2013), Joger Bali (Yusuf, 2013), Cak Cuk Surabaya (Jailani, 2013; Bangsawan, 2014), Kampung Merdeka Makassar (Samratulangi, 2015), Kaos Jemberan Jember Jawa Timur (Hotimah & Ariescy, 2016), Osngaos Madura (Fauzi, 2014), dan Medan Bah Medan (Damanik, 2014).

Begitu pula, harus diakui bahwa perbedaan waktu dan tempat dapat menyebabkan munculnya perbedaan cara pandang dan strategi dalam melakukan sesuatu hal. Di zaman millenial ini, konten pesan-pesan agama secara tersurat dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya melalui baju kaos. Adapun strategi penyebarannya dilakukan melalui media sosial berupa facebook dan whatsapp. Konten pesan agama juga dengan mudah dilakukan di media sosial, apalagi konten yang berlatarkan baju kaos (Gunawan, 2017). Berbeda dengan zaman millenial, di zaman Rasullullah, pesan-pesan keagamaan secara tersurat dilakukan dengan mengirim surat secara langsung kepada Raja-Raja untuk memeluk agama Islam. Hal ini terjadi pada akhir tahun 6 Hijriyah setelah perjanjian Hudaibiyah (Saufan, 2015).

Rasulullah mengirim surat kepada Raja Habasyah Ethopia, Ash-hamah bin al-Jabar, yang popular dengan nama Najasyi; Raja Mesir, Juraij bin Matta, yang popular dengan nama Muqaiqis; raja Persia, yang popular dengan nama Kisra Abrawaiz; raja Romawi, Heraklius, yang popular dengan nama Qaisar; pemerintah Bahrain, al-Mundzir bi Sawi, pemimpin Yamamah, Haudzah bin Ali, Pemimpin Damaskus, Alharits bin Abi Syamir Al-Ghassani, raja Oman, Jaifar dan Abd, Raja Yaman, Harits al-Himyari (Ubaidillah, 2015). Semua surat yang dikirim oleh Rasulullah kepada para raja untuk memeluk agama Islam selalu dimulai dengan *Bismillahirrahmanirrahim* atau dengan menyebut nama Allah yang maha pengasih dan maha penyayang. Berbeda dengan zaman nabi, pada masa walisongo, media penyebaran dakwah memiliki bentuk yang berbeda-beda. Ada yang berbentuk nyanyian atau kabanti sebagaimana di tanah Buton, ada yang berbentuk tarian, dan ada pula yang berbentuk tulisan, seperti serat Chentini di tanah Jawa (Wibawa, 2013), dan lain sebagainya. Akhirnya, penelitian ini menegaskan bahwa di zaman literasi digital ini, kaos dapat dijadikan sebagai media penyebaran dakwah dan penanaman nilai-nilai moral keagamaan bagi anak-anak dan generasi muda. Pesan-pesan keagamaan yang ditemukan lebih banyak membahas pesan tauhid, pesan jihad, dan pesan moral atau seruan untuk berbuat baik.

F. KESIMPULAN

Dakwah bi al-Qalam sebagai sebuah metode dakwah menjadi sangat penting dilakukan pada era media sosial ini. Hal ini karena pesan dakwahnya tetap dapat diterima meskipun penulisnya telah wafat. Pesan-pesan dakwah itu dapat dilakukan dengan berbagai media baik media cetak, online, luar ruang, maupun baju kaos sebagai media komunikasi visual. Media komunikasi visual ini menjadi menarik karena hanya dengan menggunakan kaos yang bertuliskan pesan-pesan keagamaan ini, anak-anak dan generasi muda dapat belajar tentang pentingnya ajaran agama. Dalam penelitian ini, pesan-pesan keagamaan itu diklasifikasi menjadi pesan tauhid, pesan jihad, dan pesan moral.

REFERENSI

Aflaha, U. (2017). Kaos Hadis sebagai Media Dakwah dan Komunikasi Alternatif. *Inject (Interdisciplinary Journal of Communication)*, *2*(2), 247-274.

Amran, A. (2015). Dakwah dan perubahan sosial. *Hikmah: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, *6*(1), 68-86.

Bangsawan, A. (2014). Lokalitas Konten dalam Visual Kaos Cak-Cuk Surabaya. *Artika*, *1*(1), 29-37.

Christanto, A. N., Hagiyanto, A. D., & Maer, B. D. A. (2014). Kajian Visual Art Rebel Pada Kaos Brand Lokal Di Gresik. *Jurnal DKV Adiwarna*, *1*(4), 12.

Damanik, S. F. (2014). Analisis Wacana Kaos Medan Bah: Kreativitas Permainan Bahasa. *Jurnal Bahas*, (89).

Falah, R. Z. (2016). Menumbuhkan Sikap Berpikir Positif Dalam Organisasi Dakwah. *Tadbir: Jurnal Manajemen Dakwah*, *1*(1).

Fauzi, I. (2014). *Analisis Konfirmmatori Faktor Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos "Osngaos" Madura* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Gerdiman, M. (2013). A. Noor dan Kesuksesan Dagadu. *Agora*, *1*(1), 852-855.

Ghafur, W. A. (2014). Dakwah Bil-hikmah Di Era Informasi Dan Globalisasi Berdakwah Di Masyarakat Baru. *Jurnal Ilmu Dakwah*, *34*(2), 236-258.

Gunawan, Fahmi. (2015). IAIN Kendari dalam desain Grafis Kaos Akademik: Kajian Analisis Wacana Kritis. Dalam Seminar Nasional "Pemberdayaan Bahasa dan Sastra Daerah Sulawesi Tenggara dalam Membangun Karakter Masyarakat Multikultural", 3-4 November, Kendari.

Gunawan, Fahmi and Alim, Nur. (2017). Religious Expression of Indonesia Scholars on Social Media. In: Islam and Local Wisdom: Religious Expression in Southeast Asia. Deepublish, Yogyakarta. pp. 226-243.

Hotimah, S. H., & Ariescy, R. R. (2016). Pemanfaatan Kaos Jemberan

Sebagai Cenderamata Dalam Memperkenalkan Kearifan Lokal dan Pariwisata Jember. *UNEJ e-Proceeding*, 91-101.

Islamiyah, A., & Zuhriyah, L. F. (2011). Pesan Dakwah dalam Novel Negeri Lima Menara Karya Ahmad Fuadi. *Jurnal Komunikasi Islam*, *1*(2), 137-148.

Ismail, M. (2013). Strategi Kebudayaan: Penyebaran Islam Di Jawa. *Ibda'*, *11*(1), 46-60.

Jailani, A. S. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Region Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Cak Cuk di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, *1*(2), 602-603.

Jamil, C. A. A., & Pohan, S. (2017). Pesan-pesan dakwah pada kaus muslim mosclot (analisis media komunikasi dalam perspektif semiotika roland barthes). *Al-Balagh: Jurnal Komunikasi Islam*, *2*(2), 253-266.

Mahendra, A., & Mohammad, R. (2012). Strategi Kreatif Pembuatan Film 'Kapan Ke Jogja Lagi'untuk Mendukung Tagline Dagadu Djokdja. *Fisipol (Ilmu Komunikasi)*, *7*(8).

Majid, M. (2017). *Dakwah Melalui Media Televisi: Strategi Dakwah Fatayat Nu Pw Jawa Timur Melalui TV 9* (Doctoral dissertation, UIN Sunan Ampel Surabaya).

Musyafak, M. A. (2013). Film Religi sebagai Media Dakwah Islam. *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman*, *2*(2), 327-338.

Rachman, A. (2013). Etika Penyiaran Dalam Perspektif Islam. *Risalah*, *24*(2), 28-36.

Rachman Santoso, B., Baroroh, U., & Dadang Abdullah, A. 2017. Surat Sebagai Media Dakwah: Studi Atas Praktek Dakwah Rasulullah Saw Terhadap Raja Heraclius, Kisra Abrawaiz, Muqouqis, Dan Najasyi. *Jurnal Ilmu Dakwah Walisongo*, *35*(1), 118-138.

Samratulangi, A. (2015). *Analisis Teks pada Baju Kaos Produksi Kampung Merdeka dan Kontribusinya terhadap Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia* (Doctoral dissertation, FBS).

Saufan, A. (2015). Strategi dan Diplomasi Perang Rasulullah. *Jurnal Lektur Keagamaan*, *13*(1), 107-134.

Ubaidillah, U. (2015). Surat Dakwah Nabi Muhammad Saw (Analisis Tematik Atas Surat-surat Nabi Muhammad Kepada Para Raja). *Ibda'*, *13*(1), 28-46.

Viatra, A. W. (2017). T-Shirt Indieguerillas Sebagai Media Komunikasi Visual. *Jurnal Seni, Desain dan Budaya*, *2*(1).

Wahyuningsih, S. (2014). Kearifan budaya lokal madura sebagai media Persuasif (analisis semiotika komunikasi roland barthes dalam iklan samsung galaxy versi gading dan giselle di pulau Madura). *Sosio-Didaktika: Social Science Education Journal*, *1*(2), 171-180.

Wibawa, S. (2013). Moral Philosophy in Serat Centhini: Its Contribution for Character education in Indonesia. *Asian Journal of Social Science & Humanities*, *2*(4), 173-184.

Yusuf, A. A. (2013). *Strategi membangun brand kharismatik: Studi pada pabrik kata-kata joger Bali* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

MENGGUGAT KETIDAKSANTUNAN BERBAHASA DI MEDIA SOSIAL

Ike Revita
Fakultas Ilmu Budaya Universitas Andalas
ikerevita@hum.unand.ac.id

A. PENDAHULUAN

Bahwa manusia adalah makhluk yang dinamis merupakan sebuah fakta yang tidak bisa dihindari. Kedinamisan manusia ini beriringan salah satunya dengan kelabilan dalam berbahasa. Misalnya saat berkomunikasi, tidak jarang manusia lupa dengan aturan-aturan yang ada. Aturan yang sudah didesain sedemikian rupa tidak lagi menjadi koridor atau *frame* tatkala berkomunikasi. Akibatnya, timbullah *miskomunikasi* (Revita, 2014) yang cenderung memicu terjadinya goresan-goresan dalam sebuah hubungan. Goresan hubungan ini apabila tidak segera diperbaiki tidak tertutup akan menjadi api dalam sekam yang suatu saat berubah besar dan memisahkan silaturahmi yang sudah terbangun (Revita, 2018). Jika hal demikian berlanjut terus, maka hubungan baik akan berubah jadi buruk. Dunia yang dulunya luas berubah menjadi sempit karena ketidaknyamanan saat bertemu dengan orang-orang yang hatinya tidak nyaman dengan kita.

Kenapa hal demikian sampai terjadi? Salah satunya dipicu oleh penggunaan media sosial. Media sosial merupakan sebuah media *online* yang para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia (Cahyono, 2016). Bahkan, Dari data yang dikeluarkan oleh Tetra Pak Index pada tahun 2017, tercatat ada lebih dari 106 juta orang Indonesia menggunakan media sosial tiap bulannya (http://nad.bkkbn.go.id))

Kemudahan menggunakan media sosial ini membuat banyak orang menjadi relatif gagal mengontrol tindakan. Salah satunya ketika berkomunikasi melalui media sosial yang berupa *social chat application* seperti *whatsapp*. *Whatsapp* merupakan media sosial yang beraplikasi instan untuk *smart phone*. Secara umum, *whatsapp* ini hampir sama dengan pesan singkat tetapi memiliki kelebihan dan kelengkapan fasilitas yang menyebabkan banyak informasi yang dapat dibagi, tidak hanya berita tetapi juga foto/gambar, video, bahkan telepon dan *video call*.

Kecanggihan teknologi yang disebut *smart phone* ini melalui aplikasi instan seperti *whatsapp* membuat komunikasi semakin lancar. Jarak yang jauh semakin dekat. Tanpa membutuhkan biaya yang besar seperti halnya telepon biasa, media sosial *whatsapp* dapat memfasilitasi dua atau sekelompok orang untuk berkomunikasi. Bahkan, dengan media sosial *whatsapp*, berbagai kelompok masyarakat dengan beragam profesi dan kelas sosial melakukan interaksi. Contohnya kelompok mahasiswa, wali murid yang anak-anaknya sekelas atau satu sekolahan, dosen, anggota institusi atau lembaga tertentu. Menggunakan media sosial *whatsapp* mereka membentuk paguyuban atau kelompok sosial tersendiri.

Keberadaan *whatsapp* sebagai media sosial dinilai 'murah-meriah'. Dikatakan demikian, hanya dengan meng-*install* aplikasi *whatsapp*, banyak fasilitas sudah tersedia. Dengan hanya modal dasar sebuah *smart phone* yang harganya sudah bisa dijangkau semua pihak, hampir semua orang memiliki benda yang dianggap 'telepon pintar' ini. Semua orang dinilai sudah *familiar* dengan benda yang satu ini.

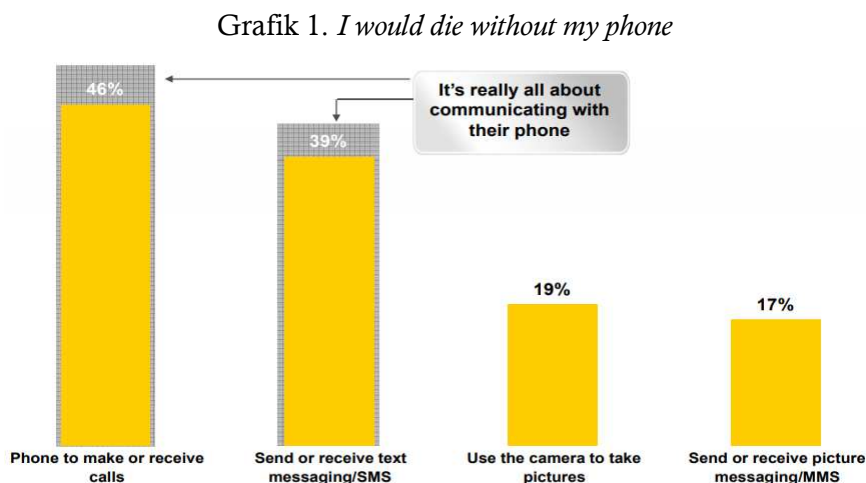
Sebuah penelitian tahun 2009 yang dilakukan oleh Harris Interactive and Teenage Reasearh Unlimited mengemukakan bahwa anak muda berusia 13-24 tahun menghabiskan lebih banyak menghabiskan waktu *online* setiap minggu di bandingkan menonton televisi, rata-rata 17 banding 14 jam. Perbandingan ini menunjukkan tendensi anak-anak muda menonton televisi sudah mulai turun dibandingkan menggunakan media sosial. Bahkan, penggunaan media

sosial ini disebutkan sudah menjadi candu (Putri et al, 2016). Media sosial sudah dianggap menjadi separuh dari nyawanya.

Kalau dulu orang bayak yang khawatir ketika makanan sudah habis karena dengan apa hidup disambung tanpa adanya makanan. Berbeda dan bertolak belakang dengan fenomena sekarang dimana banyak orang yang justru galau di saat tidak ada aliran listrik atau sinyal hilang. Mereka dapat seperti orang yang kehilangan akal.

Tidak jarang kita menemukan fakta orang-orang yang duduk saling berdekatan tetapi mereka seperti berjauhan. Hak demikian terjadi karena masing-masing sibuk dengan *smart phone* dan melanglang buana di dunia maya menggunakan media sosial. Inilah yang kemudian dinamakan dengan yang dekat menjadi jauh.

Beberapa video sering ditemukan di media sosial itu sendiri yang menunjukkan satu keluarga asik bermedia sosial. Bapak, ibu, dan anak-anak seperti khusyuk dengan gerakan jarinya *surfing* di dunia maya. Artinya, penggunaan telepon sebagai media awal untuk masuk ke media sosial sudah cukup tinggi. Penelitian dilakukan pada 2039 remaja Amerika Serikat berusia 13-19 tahun. Ini dapat dilihat pada grafik 1 di bawah ini.

Grafik 1. *I would die without my phone*

Sumber: Harris Interactive and Teenage Reasearh Unlimited (2009)

Grafik 1 di atas memperlihatkan bahwa penggunaan telepon sebagai alat komunikasi sudah menjadi kebutuhan. Komunikasi dengan media telepon adalah sebesar 85%. Angka ini sungguh luar biasa. Apalagi kecanggihan teknologi menyebabkan telepon yang dipakai tidak lagi biasa tetapi sudah luar biasa dan dianggap sangat pintar (*smart phone*). Telepon sudah multi fungsi dengan kecanggihan yang luar biasa.

Perkembangan berkomunikasi melalui media telepon yang salah satunya memfasilitasi media sosial *whatsapp* sayang sekali tidak beriringan dengan pemertahanan bertutur atau berbahasa yang menunjukkan budaya. Banyak aspek-aspek terkait dengan norma yang kemudian terabaikan. Misalnya adalah kesantunan berbahasa.

B. TENTANG KESANTUNAN BERBAHASA

Kesantunan berbahasa berhubungan dengan apa yang disebut Brown dan Levinson (1987) dengan muka atau *face*. Muka itu ada yang mengatakannya dengan harga diri atau *self image* (Wijana, 1996; Gunawan, 2013). Hal ini bertemali erat dengan bagaimana sebuah tuturan berkaitan dengan harga diri seseorang. Pandangan ini sedikit berbeda dengan yang dilihat Goffman (1967) bahwa wajah adalah atribut sosial. Wajah, merupakan "pinjaman masyarakat," sebagaimana sebuah gelar akademik yang diberikan oleh sebuah perguruan tinggi, yang kapan saja bisa ditarik oleh yang memberi. Oleh karena itu, si pemilik wajah itu haruslah berhati-hati dalam berperilaku, termasuk dalam berbahasa.

Kehatian-hatian ini linear dengan kesantunan berbahasa. Biasanya, orang yang hati-hati dalam berbicara, mereka berpotensi dinilai santun berbahasa. Ini terjadi karena mereka akan sangat cermat dan teliti memperhatikan atribut sosial dan pribadi sehingga muka orang tidak tersakiti, harga diri seseorang tidak tersakiti. Bagaimana halnya pada orang dalam berbahasa tidak bisa menjaga muka? Tatkala tuturan yang digunakan ternyata gagal menjaga muka seseorang, maka tuturan itu disebut tidak santun. Hal senada dikatakan juga oleh Oktavianus dan Revita (2013) bahwa bahasa yang santun seyogyanya

menghindari orang lain tersakiti, mengancam muka, bahkan sampai membuat muka orang itu hilang. Dengan kemampuan menghindari bahasa yang mengancam, hubungan harmonis dapat terpertahankan.

Yang fatal adalah saat bahasa sudah mengancam muka orang lain. Inilah yang memicu perseteruan. Tidak jarang perseteruan ini kemudian berubah menjadi perkelahian yang tidak hanya melibatkan dua orang tetapi banyak orang. Contohnya adalah tawuran. Tawuran merupakan salah satu bentuk perkelahian masal yang tidak jarang diawali dan dipicu oleh bahasa yang tidak sopan dan mengancam muka. Diawali olok-olok dan ejek-ejek kemudian berlanjut dengan perseteruan fisik yang tidak tertutup kemungkinan menyebabkan jatuhnya korban nyawa. Realita ini banyak terjadi di daerah di Indonesia dengan pelakunya didominasi generasi muda. Apalagi sekarang, dengan keberadaan media sosial yang mudah dan murah digunakan membuat penyebaran informasi berjalan sangat cepat. Ironisnya lagi, berita yang disebarkan itu juga belum tentu ada validitasnya. *Smart phone,* telepon genggam, *android*, atau *gadget* mungkin sudah menjadi kebutuhan primer di samping pangan, sandang, dan papan. Dibandingkan tiga ini, tidak tertutup kemungkinan *smart phone* menjadi lebih utama dibandingkan yang lainnya karena digunakan untuk banyak hal sebagaimana yang tergambar pada grafik 2 ini.

Grafik 2. Penggunaan *Hand Phone* dan Fungsinya

Sumber: Harris Interactive and Teenage Reasearh Unlimited (2009)

Secara kuantitas, jumlah orang yang menggunakan *mobile phone* untuk *browsing* hanya 28% dan lebih memilih media lain untuk sebanyak 72%. Penggunaan *mobile phone* untuk berselancar di media sosial adalah 48%. Walaupun kurang dari setengah, tetapi di Indonesia kenyataannya berbeda. Justru Indonesia termasuk pengguna media sosial yang terbilang paling tinggi di dunia. Berdasarkan catatan dari Kominfo tahun 2014, terdapat 63 juta pengguna internet di Indonesia dan 95% darinya memakainya untuk media sosial (https://kominfo.go.id). Tahun 2018 ini, jumlah pengguna media sosial di Indonesia adalah 132, 7 juta atau 48% dari jumlah penduduk total. 98% di antaranya menggunakan perangkat *smart phone* seperti yang tergambar di grafik 3 berikut.

Grafik 3. Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2015

Sumber: https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di- indonesia

Data ini menggambarkan bahwa dunia internet dan media sosial bukan lagi barang baru dan aneh. Justru aneh ketika ada orang yang tidak tahu dengan beberapa aplikasi media sosial. Orang itu akan dianggap *jadul*, tidak *upadated*, kuno, atau kampungan. Itulah yang kemudian mempengaruhi pesatnya pengguna media sosial di kalangan generasi muda. Indonesia dalam hal waktu penggunaan internet menempati peringkat keempat dunia dengan durasi rata-rata menggunakan internet selama 8 jam 51 menit setiap harinya (https://www.goodnewsfromindonesia.id)

Lemahnya pengetahuan dan besarnya lobang filter norma dan budaya mengakibatkan banyaknya koridor-koridor yang dijebol, sebagaimana yang dijelaskan di atas. Kesantunan yang tidak lagi diacuhkan bahkan sesuatu yang santun dianggap aneh. Semuanya seperti terbuka sangat lebar dan kebebasan pun cenderung tidak terkontrol dalam perilaku berbahasa. Bahasa-bahasa yang terwujud

melalui tuturan tidak santun pun menjadi pilihan dalam komunikasi di media sosial.

1. Seperti Apa Tuturan yang Tidak Santun Dalam Sosial Media?

Santun mungkin perlu dibedakan dengan sopan karena tidak jarang kedua terminologi ini digunakan secara bergantian. Jika sopan berkait dengan rasa hormat kepada mitra tutur, santun merupakan berbahasa atau berperilaku yang berdasarkan pada jarak sosial antar penutur. Istilah *sopan* merujuk pada susunan gramatikal tuturan berbasis kesadaran bahwa setiap orang berhak untuk dilayani dengan hormat, sementara *santun* itu berarti kesadaran mengenai jarak sosial (Thomas, 1995; Gunawan, 2017).

Biasanya, setiap daerah atau suku memiliki aturan-aturan sendiri dalam bertutur yang berbasis pada jarak sosial ini. Misalnya, Masyarakat Minangkabau memiliki *rule of speaking* yang disebut dengan *kato nan ampek* 'kata yang empat' (Revita, 2008). *Kato nan Ampek* terdiri atas *kato mandaki* (tuturan biasanya diajukan untuk orang yang lebih tua); *kato manurun* (ditujukan untuk mitra tutur yang lebih muda); *kato malereang* (ditujukan kepada mitra tutur yang dihormati); dan *kato mandata* (ditujukan untuk mitra tutur yang sebaya). Berdasarka *rule of speaking* inilah seseorang memilih tuturannya. Yang menjadi perhatian adalah kepatutan dan kepantasan dalam bertutur. Apakah tuturan yang dipilih sudah pantas dan tepat digunakan dalam konteks itu.

Fakta yang terjadi adalah aturan-aturan ini sering dilanggar. Misalnya, ketika seorang mahasiswa bertutur kepada dosennya, tidak jarang digunakan bentuk yang harusnya ditujukan kepada teman sebaya. Misalnya, untuk meminta agar diizinkan tidak mengikuti perkuliahan, seorang mahasiswa tidak jarang memilih bentuk 'Saya mau ketemu dengan Bapak besok. Dimana dan pukul berapa bisa ketemu?'. Tuturan seperti ini jika dihubungkan dengan konteks budaya masyarakat Minangkabau sangatlah tidak berterima karena lebih tepat digunakan untuk teman sebaya. Tidak ada pembukaan atau

pengenalan diri, tidak ada salam, isinya pun seakan-akan menodong serta mendikte si dosen, dan membuat tuturan keluar dari koridor norma budaya Minangkabau. Sangat banyak dosen yang tidak nyaman dengan pilihan tuturan seperti ini. Dengan kata lain, saat tuturan kita sudah membuat orang lain tidak nyaman, maka dapat diindikasikan sebagai sesuatu yang tidak santun.

Ini adalah realitas berbahasa ketika media sosial *whatsapp* salah satunya digunakan untuk berkomunikasi. Hakikatnya, kebaharuan dalam teknologi dilakukan agar manusia terbantu. Akan tetapi, kecanggihan teknologi ini tidak beriring dengan canggihnya manusia menggunakan etika dalam bertutur. Apakah 'instannya' dunia sekarang juga sudah menjadikan manusianya [un 'instan' dalam bertutur? Semuanya dapat disederhanakan dan menganggap nilai-nilai kebaikan itu tidak penting dan tidak masalah jika diabaikan? Pertanyaan ini memerlukan penelitian yang dapat menjawab secara komprehensif.

C. KETIDAKSANTUNAN BERBAHASA DALAM MEDIA SOSIAL

Konsep ketidaksantunan berbahasa pertama kali dikemukakan oleh Culpeper (1996) yang banyak mengadopsi prinsip-prinsip kesantunan berbahasa Brown dan Levinson (1987). Pada prinsipnya, Culpepper mengikuti alur pembagian ketidaksantunan yang bersifat positif dan negatif seperti halnya Brown dan Levinson. Pembagian ketidaksantunan ini dibagi menjadi dua, yakni 1) ketidaksantunan *inherent* (yang melekat pada tuturan) dan 2) *mock* atau olok-olok. Ketidaksantunan *inherent* ini cenderung dapat dengan mudah diindentifikasi karena tergambar secara eksplisit dalam pilihan kata. Misalnya, ketika seseorang dinilai memiliki suara sumbang saat bernyanyi, timbullah komentar, 'Wah, suara sumbang begitu kok masih berani menyanyi di depan umum!' dengan jelas memperlihatkan ketidaksantunan. Penggunaan diksi, seperti *suara sumbang, masih berani menyanyi* secara transparan melukai pemilik suara. Kritik atau

komentar ini disebut juga bersifat anti-sosial karena berseberangan dengan aturan dan norma yang berlaku dalam masyarakat.

Kritikan dapat dilakukan dengan memilih tuturan yang sopan, misalnya memilih bahasa yang anti-paradoks (Revita, 2014). Anti-paradox artinya pilihan kata yang digunakan atau tuturan yang disampaikan memiliki makna literal yang tidak linear dengan maksud. Contohnya adalah untuk konteks tuturan di atas. Untuk menghindari tuturan menjadi tidak santun, ada beberapa pilihan yang dapat dilakukan sebagaimana dalam tuturan 1 dan 2 di bawah ini.

1) Suaranya bagus sekali. Mungkin perlu sering-sering diperdengarkan di depan publik supaya semakin merdu dan orang pun terhibur.
2) Wah, bagus sekali suaranya! Les menyanyi dimana? Penonton sampai terperanjat dan terkaget-kaget mendengar lengkingan suaranya. Bahkan band pengiring pun sampai bingung tuh.

Diikuti oleh bahasa tubuh atau ekspresi yang mendukung, tuturan 1 dan 2 dapat ditangkap sebagai bukan sebuah pujian atau permintaan untuk bernyanyi lagi tetapi peringatan atau pemberitahuan bahwa suaranya tidak bagus. Bahasa tubuh dan ekspresi merupakan dua aspek internal dalam berbahasa yang sangat besar pengaruhnya dalam menyampaikan pesan. Bahasa tubuh dan ekspresi ini tidak bersifat universal tetapi lokal. Di sinilah peran dari kearifan lokal dan tradisi yang mendukung pesan saat berkomunikasi. Sebagai contoh adalah masyarakat Minangkabau yang cenderung menggunakan aspek ekspresi ini dalam berkomunikasi. Tidak jarang, tidak ada tuturan yang dikeluarkan tetapi hanya ekspresi wajah atau badan. Ini sejalan dengan ungkapan dalam Bahasa Minangkabau *alun takilek alah takalam, manggarik ikan dalam tabek alah jaleh jantan jo batinonyo*. Artinya, ada kearifan dan kebijaksanaan dalam bertutur dan memaknai tuturan.

Ketidaksantunan berupa *mock* atau olok-olok biasanya penutur tidak menyadari bahwa apa yang dikatakannya membuat orang menjadi malu atau tersinggung. Dengan tujuan untuk menimbulkan efek lucu, penutur memilih tuturan yang bernuansa humor. Akan

tetapi, respon yang didapat sebaliknya, mitra tutur malah tersinggung. Artinya, ketidaksantunan seperti ini tidak disadari oleh penutur.

Di media sosial, kedua bentuk ketidaksantunan ini sering ditemukan. Berkomunikasi yang memang dengan intensi untuk menyakiti orang lain melalui status-status yang menyinggung atau menyindir pihak tertentu. Selain itu, ketidaktepatan bergurau dalam sebuah group atau komunitas di *whatsapp*, misalnya tidak jarang menggiring tuturan itu menjadi tidak santun. Tidak hanya tuturan, melalui gambar, video, dialog-dialog lucu, atau foto cukup sering seseorang menjadi bertengkar dengan orang lain akibat merasa tidak nyaman. Kemudian terjadi debat diantara mereka karena salah satu menganggap apa yang di-*post* itu tidak sopan atau tidak tepat.

Di sinilah diperlukan kearifan dan kebijaksanaan bermedia sosial. Diperlukan pengetahuan akan konteks bertutur. Saat berkomunikasi menggunakan media sosial dengan dosen atau orang yang lebih tua, hendaknya kesantunan tetap dijaga. Demikian juga dalam kelompok, perlu juga diperhatikan tidak ada anggota kelompok itu yang tersakiti akibat tuturan kita. Kalau dulu ada ungkapan 'Mulutmu harimaumu yang akan merekah kepalamu', sekarang mungkin mengalami pergeseran menjadi 'Jarimu, harimaumu yang akan merekah kepalamu'.

Melalui jari yang memencet *keypad smart phone*, informasi dengan cepat beredar. Dalam hitungan detik, satu belahan dunia bisa membaca apa yang terjadi di belahan dunia lain. Hanya beberapa menit, semua orang dapat mengetahui kita sedang berada dimana atau sedang melakukan apa. Dengan hanya bertahan dan duduk manis di area yang ada *wi fi spot*-nya, seseorang bisa melanglang buana kemana-mana. Inilah realitas sekarang. Media sosial memang memiliki efek yang luar biasa. Sekarang, semuanya kembali kepada pengguna media sosial. Pilihan ada di tangan pengguna media sosial. Menjadi orang yang bijak bermedia sosial atau ikut hanyut dan menjadi 'tidak cerdas' dalam bermedia sosial. Semuanya kembali ke kita.

REFERENSI

Anonim. 'Inilah Perkembangan Internet di Indonesia'. *https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/02/06/inilah-perkembangan-digital-indonesia-tahun-2018.* Diunduh 19 April 2018

Brown, P & S.C. Levinson. (1987). Universals in Language Usage: Politeness Phenomena. In E.N. Goody (ed). *Questions and Politeness: Strategies in social interaction, 56-289*. Cambridge: Cambridge University Pres

Cahyono, Sugeng Agung. (2016). 'Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Hidup Masyarakat'. *http://www.jurnal-unita.org/index.php/publiciana/article/view/79*. Diunduh 18 April 2018

Culpeper, J. (1996). 'Toward an Anatomy of Impoliteness'. *Journal of Pragmatics*. 25:349-367.

Culpeper, J. (2005). *Linguistic Impoliteness*: *Using Language to Cause Offence*. UK: Lancester University

Gunawan, F. (2013). Politeness Strategy on Request Speech Act in Bugis Kendari Language. In *Proceedings The 1st International Seminar on Linguistics (ISOL-I), Postgraduate Programe on Linguistics Andalas University and Linguistics Society of Indonesia Universitas Andalas*.

Gunawan, F. (2013). Wujud Kesantunan Berbahasa Mahasiswa Terhadap Dosen di STAIN Kendari: Kajian Sosiopragmatik. *Jurnal Arbitrer*, *1*(1), 8-18.

Gunawan, F. (2017). Representasi kesantunan Brown dan Levinson dalam wacana akademik. *Kandai*, *10*(1), 16-27.

Harris Interactive and Teenage Reasearh Unlimited. (2009). 'A Generation Unplugged'. Dalam *http://files.ctia.org/pdf/HI_TeenMobileStudy_ResearchReport.pdf*. Diunduh 19 April 2018

Kominfo. (2013). '63 Juta Pengguna Internet di Indonesia'. Dalam https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/Komin

fo+%3A+Pengguna+Internet+di+Indonesia+63+Juta+Orang/ 0/berita_satker. Diunduh 13 April 2018

Nanda, Meutia. (2017). 'Remaja dan Pemanfaatan Media Sosial. http://nad.bkkbn.go.id/Lists/Artikel/DispForm.aspx?ID=1517&ContentTypeId=0x01003DCABABC04B7084595DA364423DE7897. Diunduh 17 April 2018.

Oktavianus dan Revita, Ike. (2013). *Kesantunan Berbahasa Minangkabau*. Padang: Minangkabau Press.

Putri, Wilga Secsio Ratsja, Nunung Nurwati, dan Meilanny Budiarti S. (2016). 'Pengaruh Media Sosial terhadap Perilaku Remaja'. Dalam *http://jurnal.unpad.ac.id/prosiding/article/view/13625* . Diunduh 15 April 2018

Revita, Ike. (2018). *Kaleidoskop Linguistik*. Padang: Erka

Revita, Ike. (2014). *Permintaan: Analisis Tindak Tutur Lintas Bahasa*. Bandung:

Revita, Ike. (2008). 'Permintaan dan Penolakan dalam Bahasa Minangkabau: Tinjauan Sosiopragmatik'. *Disertasi*. Yogyakarat: UGM

Thomas, J. (1995). *Meaning in Interaction: An Introduction to Pragmatics*. London: Longman.

Wijana, I Dewa Putu. (1996). *Dasar-dasar Pragmatik*. Yogyakarta: Andi

EKSISTENSI MAHASISWI BERCADAR IAIN KENDARI DI MEDIA SOSIAL

Intan Indari, Akbar & Abdul Gaffar
Institut Agama Islam Negeri Kendari
abdulgaffariain.gmail.com

A. PENDAHULUAN

Fenomena munculnya beberapa gerakan atas nama agama di masyarakat akhir-akhir ini semakin terasa peningkatannya, baik dalam bentuk gerakan politik, ekonomi maupun gerakan hijrah dengan mengajak orang lain untuk menampakkan simbol-simbol keagamaan. Gerakan atas nama agama tersebut sekaan mendapatkan momen euforianya dan terasa karena akses pada media daring dan luring sangat mudah. Bahkan, gerakan terkesan tanpa kontrol yang memadai dari pihak yang berwenang.

Gerakan massa politik atas nama agama, misalnya dengan mudah dijumpai pada ajakan turun ke jalan melalui media daring seperti gerakan 411, 212 dan berbagai gerakan lainnya, termasuk gerakan untuk tidak memilih calon pemimpin tertentu dengan alasan agama. Gerakan ekonomi atas nama agama, misalnya juga ikut bermunculan dengan ajakan untuk tidak berhutang ke bank konvensional atau belanja pada toko-toko orang Islam sehingga muncullah Mart 212 dan sejenisnya. Salah satu gerakan keagamaan yang cukup terasa adalah gerakan hijrah di media daring yang dapat dengan mudah ditemukan. Gerakan hijrah dalam berbagai macam bentuk itu di antaranya adalah gerakan untuk berpakaian syar'i, bahkan gerakan untuk menggunakan cadar. Berbagai macam gerakan tersebut dilakukan dengan menampakkan simbol-simbol keagamaan dianggap oleh sebagai umat Islam sebagai bukti kebangkitan Islam. Namun tidak sedikit masyarakat, bahkan tokoh agama yang menganggap bahwa ini berpotensi menimbulkan gesekan di kalangan

masyarakat jika gerakan-gerakan itu memaksakan kehendak atau menjadi gerakan eksklusif di tengah-tengah masyarakat.

Keberhasilan berbagai macam gerakan yang memperlihatkan simbol-simbol keagamaan tersebut terlihat jelas di tengah-tengah masyarakat, termasuk masyarakat kampus, baik kampus berlabel Islam maupun kampus umum. Salah satu kampus yang memiliki gerakan hijrah adalah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kendari.

Gaya dan trend penggunaan cadar akhir-akhir ini semakin menggeliat di kalangan mahasiswi IAIN Kendari. Saat ini, semakin banyak dijumpai mahasiswi yang menggunakan cadar atau yang sering disebut pakaian syar'i. Cadar atau niqab dalam Islam merupakan jilbab tebal dan longgar yang menutupi seluruh anggota tubuh termasuk wajah dan telapak tangan. Penggunaan cadar ini ditemukan dalam berbagai macam model. Ada yang terlihat jidat dan matanya. Ada juga yang terlihat hanya matanya, dan bahkan telapak tangan juga ditutupi. Mahasiswi yang menggunakan cadar pasti menggunakan gamis atau pakaian terusan yang panjang, lebar dan biasanya berwarna gelap.

Meskipun mahasiswi menggunakan pakaian, seperti yang diuraikan di atas, tetapi tidak sedikit di antara mereka yang tetap eksis di media sosial, baik di media *Facebook*, *WhatsApp*, *Instagram* dan berbagai media daring lainnya. Eksistensi mereka di dunia maya menjadi unik karena pada umumnya, perempuan yang menggunakan cadar dan berpakaian syar'i sama sekali tidak bersentuhan dengan dunia maya, apalagi memajang foto-foto mereka di media sosial, karena hal itu dianggap mengumbar syahwat atau memancing orang yang bukan muhrim untuk melihat dan mengganggu mereka. Eksistensi sendiri dipahami sebagai suatu keadaan dimana seseorang ingin diakui dan ingin dihargai oleh orang-orang yang ada di sekitarnya. Eksistensi bersifat lentur dan selalu dicari ataupun dikejar oleh manusia, terlebih lagi munculnya anggapan bahwa memiliki akun di situs jejaring sosial merupakan cara terbaik untuk mendapatkan pengakuan (Setyarini, 2018).

Keinginan untuk eksis dan keinginan untuk taat pada perintah agama mendorong sebagian muslimah di Kota Kendari, khususnya

sebagian mahasiswi IAIN Kendari untuk tetap menggunakan keduanya. Penggunaan cadar sebagai bentuk keteguhan pada perintah agama dan ketaatan terhadap Allah dan Rasul-Nya dengan menutup aurat. Tujuannya untuk selalu mendekatkan diri kepada Allah, menghindari pandangan syahwat laki-laki lain, mengharapkan rida dari Allah, memuliakan dan terhindar dari berbagai macam penyakit atau polusi dan terhindar juga dari sinar Uv a dan Uv b yang tidak baik untuk kesehatan jika terkena secara langsung serta untuk memotivasi kaum perempuan agar lebih mengenal dan mengaplikasikan ajaran Islam dalam bentuk cadar. Di sisi lain, penggunaan media sosial sebagai bentuk eksistensi mereka di masyarakat, terlebih media sosial dianggap sebagai *wasilah* atau media berdakwah.

Permasalahan kemudian adalah eksistensi tersebut mendorong sebagian mahasiswi IAIN Kendari yang sudah berkomitmen menggunakan cadar untuk mengunggah foto-foto mereka di akun media sosial masing-masing dengan alasan bahwa pajangan foto tersebut sebagai bagian dari dakwah. Indikasi dakwah mereka terletak pada keterangan-keterangan di foto yang memotivasi sehingga setiap orang yang melihat postingan mereka dapat terinspirasi untuk menutup aurat dengan sempurna yaitu dengan menggunakan cadar. Namun demikian, tidak sedikit orang beranggapan bahwa perempuan yang sudah berkomitmen memakai cadar atau sedang berusaha mencapai kemulian perempuan muslimah, tidak sepatutnya berfotoria dengan menggunakan cadar, baik foto *selfie* maupun foto model atau foto bersama-sama dengan beberapa perempuan lain yang menggunakan cadar. Dalam pandangan mereka yang tidak setuju, eksistensi dalam bentuk pajang foto adalah ketidaksinkronan antara komitmen memakai cadar dan eksis di media sosial, seakan pesan yang tersirat adalah menutup auratlah tetapi silahkan juga dilihat.

Kontroversi tersebut mendorong peneliti untuk melakukan penelitian tentang eksistensi mahasiswi bercadar di IAIN Kendari di Media Sosial. Sejatinya penelitian tentang mahasiswi bercadar sudah banyak dilakukan. Di antara penelitian tersebut adalah penelitian yang dilakukan oleh (Setyarini, 2018), yang mengkaji tentang memahami

dan mendeskripsikan prasangka sosial civitas akademika terhadap wanita bercadar di lingkungan Perguruan Tinggi Islam. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat pendidikan terakhir, status sosial, dan jenis kelamin adalah faktor yang mempengaruhi prasangka sosial yang ada. Pada saat awal bertemu wanita bercadar, masyarakat menganggap bahwa wanita bercadar merupakan bagian dari aliran tertentu, merasa takut dan mengamatinya terus menerus setelah itu pergi. Penelitian lain tentang mahasiswi bercadar adalah penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2016) tentang cadar, media, dan identitas perempuan muslim yang bertujuan untuk melihat profil wanita bercadar, faktor-faktor yang mempengaruhi wanita untuk memakai cadar serta persepsi masyarakat tentang wanita bercadar. Penelitian selanjutnya tentang perempuan bercadar adalah penelitian yang dilakukan oleh Zain (2016). Penelitian itu bertujuan untuk mengetahui proses pembentukan identitas perempuan muslim yang menggunakan cadar. Penelitian itu difokuskan untuk memahami gambaran proses terjadinya pembentukan identitas mahasiswi yang menggunakan cadar. Penelitian selanjutnya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ambia (2016) yang bertujuan untuk mengetahui strategi yang dilakukan oleh komunitas perempuan Indonesia bercadar dalam mensosialisasikan jilbab bercadar yaitu dengan cara melakukan pendekatan diri dan peduli dengan kehidupan sekitar sehingga masyarakat lebih mengenal dan nyaman dengan cadar serta berkurangnya stigma terhadap perempuan yang menggunakan jilbab cadar.

Dari keempat penelitian yang berkaitan dengan perempuan bercadar di atas, tidak satupun penelitian yang sama dengan penelitian yang dilakukan ini, sebab penelitian sebelumnya lebih mengarah pada proses pembentuk perempuan bercadar, persepsi orang terhadap perempuan bercadar, profil perempuan bercadar dan strategi perempuan bercadar dalam mengkampanyekan cadar, sementara penelitian ini lebih fokus terhadap eksistensi mahasiswi bercadar IAIN Kendari di media sosial dalam berbagai macam bentuk modelnya. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji eksistensi mahasiswa bercadar IAIN Kendari di media sosial.

B. METODE

Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian ini melibatkan dua puluh satu (21) informan yang dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Kriteria tersebut yaitu mahasiswi bercadar yang ada di IAIN Kendari yang konsisten menggunakan cadar. Keduapuluhsatu (21) informan tersebut akan diwawancara seputar penggunaan cadar, alasan penggunaan cadar, penggunaan media daring, baik *Facebook*, *WhatsApp, Instagram* maupun *Line*, hal-hal yang dipublikasikan di media daring dan tujuan penggunaan media daring. Hasil wawancara tersebut akan diolah dan diproses dengan membaginya dalam beberapa unit yang *manageable*, membuat sintesis, mencari pola-pola, menemukan hal-hal yang penting dan hal-hal yang perlu pelajari. Selanjutnya data tersebut direduksi dengan menentukan fokus sehingga menjadi beberapa pola. Data tersebut selanjutnya *display* dan akhirnya dibuat kesimpulan.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan peneliti ditemukan bahwa dari 21 informan mahasiswi bercadar di IAIN Kendari, kesemuanya eksis di media sosial. Ini berarti bahwa semua mahasiswi bercadar menggunakan media sosial, baik dalam bentuk *Facebook*, *WhatsApp, Instagram* dan *Line*. Namun demikian, eksistensi mereka berbeda satu dengan yang lain. Sebagian mereka eksis dengan memajang foto-foto mereka dan sebagian lagi tidak mau memajang fotonya dan hanya mempublikasikan kata-kata dakwah atau *display* kata-kata bijak dan bermanfaat. Untuk lebih jelasnya berikut hasil wawancara dari 21 informan di bawah ini.

Tabel 1:
Eksistensi Mahasiswi Bercadar IAIN Kendari di Media Sosial

No	Inisial	Prodi/ smt	Media Sosial	Model Eksis			
				Pajang foto			Edit/ blur
				Sering	Jarang	Tidak pernah	
1	Dw	HI/IV	FB, WA, Instagram, Line		√		
2	As	PAI/II	FB, WA, Instagram		√		
3	Hr	PBI/II	FB, WA, Instagram	√			
4	DM	HPI/II	FB, WA, Instagram				√
5	DR	HTN/II	FB, WA, Instagram	√			
6	Qw	PBA/IV	FB, WA, Instagram	√			
7	Ev	MD/VI	FB, WA, Instagram			√	
8	In	PAI/IV	FB, WA, Instagram				√
9	Ks	PBI/II	FB, WA, Instagram		√		
10	Sk	TB/VI	FB, WA, Instagram	√			
11	SS	MPI/II	FB, WA			√	
12	SM	PBA/IV	FB, WA, Instagram, Line	√			
13	AA	PBA/IV	FB, WA, Instagram				√
14	As	BPI/II	FB, WA, Instagram		√		
15	Wl	BPI/IV	FB, WA, Instagram			√	
16	TNS	IQT/II	FB, WA, Instagram		√		
17	Mr	IQT/II	FB, WA, Instagram			√	
18	WAM	BPI/VI	FB, WA, Instagram			√	
19	TMM	PAI/II	FB, WA, Instagram		√		
20	YM	PGMI/II	FB, WA, Instagram				√
21	LS	IQT/II	FB, WA, Instagram	√			
Jumlah				**6**	**6**	**5**	**4**

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 21 mahasiswi bercadar yang eksis di media sosial terdapat 6 mahasiswi yang sering memajang fotonya, 6 mahasiswi yang jarang memajang fotonya, 4 mahasiswi yang mengedit fotonya dan 5 mahasiswi yang tidak pernah memajang fotonya. Sementara itu, tujuan mereka adalah untuk eksis di media sosial, termasuk eksis dengan foto yang bermacam-macam. Namun demikian, jawaban mereka secara umum menunjukkan bahwa tujuan eksistensi mahasiswi bercadar di media sosial dapat dikelompokkan ke dalam tiga bagian besar yaitu (1) Untuk berdakwah di media sosial, (2) Untuk menyajikan kata-kata bermanfaat, (3) Untuk kenangan dan sarana ekspresi.

1. Berdakwah di media sosial

Dakwah adalah ajakan kepada umat dengan materi-materi tertentu dengan tujuan untuk meningkatkan pengetahuan keagamaan, pengamalan agama dan lain sebagainya. Secara terminologis, dakwah merupakan aktivitas dan upaya untuk mengubah manusia, baik individu maupun masyarakat dari situasi yang tidak baik kepada situasi yang lebih baik (Amran, 2015). Dengan berkembangnya zaman, berdakwah memiliki banyak variasi, seperti berdakwah melalui media sosial yang dilakukan oleh mahasiswi bercadar di IAIN Kendari. Dakwah itu dilakukan dengan cara menggunggah foto-foto dengan tulisan *caption-caption* dakwah yang mengajak siapa saja yang melihat postingannya untuk menggunakan cadar atau menutup aurat. Dari hasil wawancara dengan 21 informan, ditemukan ada 14 mahasiswi bercadar yang aktif berdakwah di media sosial, termasuk dakwah dengan memajang fotonya di akunnya masing-masing lalu terkadang ditambahkan kata-kata dakwah. Berikut hasil wawancara dengan 14 mahasiswi yang tujuan pemajangan fotonya adalah dakwah:

a. Dw, Mahasiswi Prodi Syariah/Muamalah semester empat yang mempunyai akun *Facebook*, *WhatsApp, Instagram* dan *Line:*

   Tujuan saya mengunggah foto-foto di media sosial dengan caption-caption yang bermanfaat itu untuk berdakwah mengajak teman-teman yang belum paham bahwa menutup aurat itu adalah kewajiban tetapi kalau cadar itu tidak diwajibkan bagi saya sunnah. (Dw, 2018)

b. As, mahasiswi Prodi PAI Semester II yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp,* dan *Instagram*:

   Tidak ada tujuan saya, tetapi jika foto saya dengan kostum muslimah itu dapat memberikan motivasi untuk para wanita yang belum menutup aurat mereka, maka saya bersyukur (As, 2018).

c. Hr, mahasiswi Prodi Tadris Bahasa Inggris Semester dua yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp,* dan *Instagram*:

Tujuan saya mempublikasikan foto-foto saya di media sosial itu karena saya ingin berdakwah dan ketika orang lain melihatnya merekapun termotivasi untuk memakai cadar (Hr, 2018)

d. DM, mahasiswi Prodi Hukum Perdata Islam Semester dua yang mempunyai akun akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.

   Tujuan mengunggah foto saya di media sosial dengan keterangan-keterangan yang mengispirasi atau dapat memotivasi banyak orang untuk hijrah atau mendekatkan diri kepada sang pencipta kemudian untuk para wanita yang belum menutup auratnya semoga dengan melihat postingan di media sosial saya dapat tergugah hati nya untuk segara menutup auratnya. (DM, 2018).

e. DR mahasiswi Prodi Hukum Tata Negara Semester dua yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.

   Tujuan saya mengaupload foto-foto di media sosial dengan caption-caption yang banyak memotivasi banyak orang dan saya pun bertujuan untuk berdakwah melalui media sosial (DR, 2018).

f. QW, mahasiswi Prodi Pendidikan Bahasa Arab Semester empat yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.

   Ketika saya mempublikasikan foto itu berarti saya ingin menyampaikan kebaikan seperti perintah berjilbab, kewajiban sholat dan lain-lain (QW, 2018).

g. In, mahasiswi Prodi Pendidikan Agama Islam Semester empat yang mempunyai akun *Facebook*, *WhatsApp* dan *Instagram.*

   Tujuan saya yaitu agar para wanita termotivasi dalam menutup aurat (QW, 2018)

h. Ks, mahasiswi Tadris Bahasa Inggris Semester dua yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.

   Tujuan saya yaitu hanya untuk memperlihatkan kepada orang-orang bahwa wanita bercadar itu juga mampu berkarya serta mampu kumpul-kumpul bersama teman. (KM, 2018)

i. Sk, mahasiswi Prodi Tadris Biologi semester enam yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Tujuan saya mempublikasikannya yaitu untuk memotivasi akhwat agar menggunakan cadar seperti saya. (SK, 2018)
j. SM, mahasiswi Prodi Pendidikan Bahasa Arab semester empat yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Tujuan saya mempublikasikannya yaitu untuk memotivasi akhwat agar menggunakan cadar seperti saya. (SM, 2018)
k. AA, mahasiswi Prodi Pendidikan Bahasa Arab semester empat yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Tujuan saya mengunggah foto-foto saya di instagram dengan keterangan foto yang memberikan motivasi untuk setiap yang melihat postingan saya agar mereka tersentuh dan sadar bahwa penting nya menutup aurat bagi perempuan yang sudah baliq dan saya terkadang mengirim video-video islami di instagram untuk berdakwah atau menambah wawasan mereka tentang Islam (AA, 2018).
l. TMM, mahasiswi Prodi Pendidikan Agama Islam semester dua yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Tujuan saya mempublikasikannya agar mereka termotivasi. (TMM, 2018)
m. YM, mahasiswi Prodi Guru Madrasah Ibtidaiyah semester dua yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Tujuan saya mengupload foto-foto saya di instagram dengan keterangan foto yang memberikan motivasi untuk setiap yang melihat postingan saya agar mereka tersentuh dan sadar bahwa penting nya menutup aurat bagi perempuan yang sudah baliq dan saya terkadang mengirim video-video islami di instagram untuk

berdakwah atau menambah wawasan mereka tentang Islam. (YM, 2018)

n. LS, mahasiswi Prodi Ilmu al-Qur'an dan Tafsir semester dua yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
Tujuan saya mengupload foto saya yaitu ingin berdakwah kepada orang lain melalui media tidak secara langsung dan semoga setelah mereka melihat nya mereka pun memiliki keinginan untuk berubah. (LS, 2018)

Di antara contoh publikasi foto-foto mahasiswi bercadar di akun masing-masing seperti *instagram* dengan menuliskan *caption-caption* dakwah untuk perempuan yang belum menutup aurat seperti akun instagram milik DM yang mengatakan bahwa:

Kita sebagai wanita tidak sepantasnya mengumbar aurat dihadapan lelaki yang bukan mahromnya hal ini sudah jelas dikatakan dalam Al-Quran surah Al-Ahzab ayat 59 yang berbunyi "wahai nabi! Katakanlah kepada istri-istrmu, anak-anak perempuanmu, dan istri-istri orang mukmin, Hendaklah mereka menutupkan jilbabnya keseluruh tubuh mereka, yang demikian itu agar mereka lebih mudah dikenali, sehingga mereka tidak diganggu, dan Allah maha pengampun, maha penyayang.

Contoh lain dakwah adalah status TMM pada instagramnya yang bertujuan untuk dakwah dengan ungkapan:

Janganlah membuatmu putus asa dalam mengulang-ulang doa. Ketika Allah menunda ijabad doa itu, Dialah yang menjamin doa itu menurut pilihan-Nya padamu, bukan menurut seleramu. Kelak pada waktu yang dikehendaki-Nya, bukan menurut waktu yang engkau kehendaki (HR Ibnu Athaillah) "Sungguh aku tak takut saat doaku tak terkabul, justru yang aku takutkan adalah ketika aku tak diberi hidayah lagi untuk dapat berdoa (HR Umar bin Khattab) Teruslah berdoa sambil berhusnuzhan pada Allah bahwa dia akan mengabulkan doa kita sebab Dia Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Maha Mengabulkan doa meski dosa kita bertumpuk tetaplah yakin pada-Nya sembari terus bertobat.

2. Menyajikan kata-kata bermanfaat

Motivasi adalah pemberian dorongan individu untuk bertindak yang menyebabkan orang tersebut berperilaku dengan cara tertentu yang mengarah pada tujuan (Murty & Hudiwinarsih, 2012). Seseorang dapat menunjukkan atau mengutarakan kata-kata bermanfaat kepada orang lain tidak hanya diatas mimbar tetapi bisa di mana saja, termasuk di media sosial yang sedang tren dikalangan remaja dengan mengunggah foto-foto mereka kemudian menuliskan kata-kata yang bermanfaat. Dari 21 mahasiswi bercadar yang jadi informan, 5 di antaranya yang tidak pernah memajang fotonya di media sosial. Data tersebut didapatkan dari hasil wawancara yang dikemukakan oleh mahasiswi IAIN Kendari.

a. EV, mahasiswi Prodi Manajemen Dakwah Semester enam yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Karena saya tidak mempublikasikan foto-foto saya di media sosial jadi menurut saya jika saya menggunggah ke media sosial kan jangkauwannya sanagat luas saya takut ada yang iseng-iseng jika di dunia nyata kita menutup lantas mengapa di dunia maya harus dipublikasiakan (EV, 2018).
b. SS, mahasiswi Prodi Manajemen Pendidikan Islam semester enam yang mempunyai akun *Facebook* dan *WhatsApp.*
   Kalau foto saya tidak tetapi saya memposting status-status atau foto-foto yang bernuansa islam dan tujuan saya untuk berdakwah bukan untuk di like atau di komentari oleh orang lain (SS, 2018).
c. Wl, mahasiswi Prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam semester empat yang mempunyai akun *Facebook*, *WhatsApp* dan *Instagram.*
   Karena saya tidak mempublikasikan foto-foto saya di media sosial jadi saya mempunyai alasan untuk itu yaitu saya tidak ingin aurat saya terumbar di media sosial karena saya menutup nya dan saya juga tidak ingin mereka yang melihat foto saya di media sosial mempunyai rasa iri atau benci terhadap saya jadi lebih baik saya tidak mengumbar nya di media sosial. (Wl, 2018)

d. Mr, mahasiswi Prodi Ilmu al-Qur'an dan Tafsir semester dua yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Karena saya tidak mempublikasikan foto-foto saya di media sosial jadi saya mempunyai alasan untuk itu yaitu saya tidak ingin aurat saya terumbar di media sosial karena saya menutup nya dan saya juga tidak ingin mereka yang melihat foto saya di media sosial mempunyai rasa iri atau benci terhadap saya jadi lebih baik saya tidak mengumbarnya di media sosial. (Mr, 2018)
e. KAM, mahasiswi Prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam semester enam yang mempunyai akun *Facebook, WhatsApp* dan *Instagram*.
   Tidak, saya eksis atau mengunggah foto di media sosial itu hanya foto kata-kata bermanfaat atau kata-kata motivasi islam mengapa saya tidak mempublikasikan foto-foto saya di media sosial karena jika potensi keburukannya lebih banyak itu lebih baik di tinggal kan karena kenapa? dalam islam perempuan dan laki-laki di perintahkan untuk menunduk kan pandangan nya tetapi kalau di media sosial semua orang bebas melihat, menshare, bahkan di save dan di zoom sekalipun tidak ada yang melarang mengapa saya mengatakan demikian itu karena saya hanya melindungi diri saya, teman-teman bahkan orang lain yang saya tidak kenal. (KAM, 2018)

Di antara contoh akun *Facebook* milik Ev yang mendisplay kata-kata yang bermanfaat tanpa foto; *MUSLIMAH TANGGUH…. Hidup adalah anugerah…. tapi kadang kita diberi pilihan dan cobaan (20 Juni 2018).*

Salah contoh *display* kata-kata bermanfaat yang dipasang oleh SS pada instagramnya dengan kata-kata:

> *Saat engaku ingin menyerah, ingin berhenti berjalan dan berputar haluan, ingatlah kembali alasan mengapa selama ini engkau bertahan. Karena kesuksesan itu boleh jadi tinggal sejengkal saat engkau pikir akan menyerah….Cobalah tengok lagi ke belakang tentang*

perjuanganmu selama ini, pahit manisnya, susah payahnya, dan hal-hal yang telah engkau korbankan. Untuk kebaikan yang engkau mimpikan, jangan menyerah! Teruslah berusaha dan kuatkan doa-doa. Semoga Allah hindarkan kita dari sifat menyerah dan putus asa.Aamin.

Contoh lain *display* kata-kata bermanfaat adalah status Mr pada instagramnya dengan kata-kata:

Setiap kebaikan dan keburukan akan menuai balasannya masing-masing. Tak perlu mengutuk mereka yang berbuat buruk atau sedih merasakan kebaikanmu tak jua mendapatkan balasan.- Bersabarlah, biarkanlah semesta bekerja atas kuasa-Nya. Kelak sana ada hari dimana keburukan dan kebaikan diperlihatkan dan diganjar sesuai dengan beratnya timbangan. – Barangsiapa yang mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat (balasan)nya. Dan barangsiapa mengerjakan kejahatan sekecil apapun niscaya dia akan melihat (balasan)nya pula. QS al-Zalzalah Ayat 7 & 8.

Contoh lain *display* kata-kata bermanfaat adalah status WAM pada instagramnya yang memajang foto perempuan bercadar lalu ditambahkan kata-kata:

Kecantikan yang nyata tidak perlu diumbar agar bisa dirasa. Justru hijab menyembunyikannya secara bersahaja. Cantik itu relatif tetapi berhijab itu mutlak tak perlu mengenakan perhiasan berlebih karena wanita sudah menjadi sebaik-baiknya perhiasan. Jadilah muslimah yang memiliki dua kecantikan. Cantik luar yang dilindungi hijab syar'i. Cantik dalam yang dihiasi akhlak terpuji. Perempuan berhijab adalah pribadi yang tidak egois.

3. Kenangan dan Sarana Ekspresi

Hiburan adalah semua jenis tontonan, pertunjukan, permainan, dan atau keramaian yang dinikmati dengan tujuan untuk memperoleh kesenangan (Dini, 1970). Ekspresi adalah pengungkapan atau proses menyatakan, yaitu memperlihatkan atau menyatakan maksud, gagasan, dan perasaan. Sosial media adalah salah satu tempat untuk hiburan dan sarana ekspresi yang memungkinkan penggunanya mempublikasikan foto-foto mereka dengan tujuan bermacam-macam

seperti ingin mendapat *like*, *comment*, dan *share* dengan jumlah yang banyak ataupun berdakwah melalui foto-foto yang diunggah sehingga kebanyakan penggunanya menjadi kecanduan. Dari 21 informan, hanya 2 mahasiswi yang tujuan memajang fotonya sebagai kenangan dan hiburan. Hal tersebut sesuai dengan penuturan mahasiswi berikut:

a. As, mahasiswi Prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam semester dua yang mempunyai akun *facebook*, *whatsapp* dan *instagram.*

   Tujuan saya mempublikasikan foto-foto saya di media sosial yaitu untuk menyimpan foto-foto kenangan saya bersama teman-teman saya kemudian jika saya menulis dengan keterangan-keterangan yang dapat memotivasi banyak orang dan saya juga membuat insta story di instagram yang berkaitan dengan Islam. (As, 2018)

b. TNS, mahasiswi Prodi Ilmu al-Qur'an dan Tafsir semester dua yang mempunyai akun *facebook*, *whatsapp,* dan *instagram*

   Tujuan saya mempublikasikan foto-foto saya di media sosial yaitu untuk menyimpan foto-foto kenangan saya bersama teman-teman saya kemudian jika saya menulis dengan keterangan-keterangan yang dapat memotivasi banyak orang dan saya juga membuat insta story di instagram yang berkaitan dengan Islam. (TNS, 2018).

D. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dapat disimpulkan bahwa eksistensi mahasiswi IAIN Kendari yang menggunakan cadar dilakukan dengan dua cara. Pertama; mahasiswi mempublikasikan foto-foto mereka, baik asli maupun editan dengan tujuan berdakwah, men-*display* kata-kata bermanfaat ataupun sebagai hiburan dan sarana ekspresi. Kedua; mahasiswi yang tidak mau mempublikasikan foto-foto mereka, tetapi tetap eksis dengan cara men-*display* kata-kata bermanfaat atau berdakwah. Hal ini menegaskan bahwa mahasiswi IAIN Kendari yang berkomitmen menggunakan cadar semuanya tidak alergi dengan media sosial dan tetap eksis dengan status-status mereka, baik dengan foto maupun dengan kata-kata saja.

E. UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terima kasih ini kami sampaikan kepada seluruh pihak yang telah membantu terwujudnya penelitian ini. Terima kasih kami sampaikan kepada bapak Fahmi Gunawan dan kawan-kawan mahasiswa (i) Angkatan 2017 Prodi PGMI Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan IAIN Kendari yang telah membantu mengumpulkan data penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu per-satu.

REFERENSI

Ambia, R. N. Strategi Komunikasi Komunitas Wanita Indonesia Bercadar (WIB) Dalam Mensosialisasikan Jilbab Bercadar (Bachelor's thesis, Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 1437 H/2016 M).

Amran, A. (2015). Dakwah dan perubahan sosial. *HIKMAH: Jurnal Ilmu Dakwah dan Komunikasi Islam*, *6*(1), 68-86.

Dini, I. F., Fanida, E. H., & AP, M. (1970). Upaya Dinas Pendapatan, Pengelolaan, Keuangan dan Aset Dalam Meningkatkan Penerimaan Pajak Hiburan di Daerah Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami (Gerbang Salam) Kabupaten Pamekasan. *Publika*.

Murty, W. A., & Hudiwinarsih, G. (2012).Pengaruh kompensasi, motivasi dan komitmen organisasional terhadap kinerja karyawan bagian akuntansi (studi kasus pada perusahaan manufaktur di Surabaya). *The Indonesian Accounting Review*, *2*(02), 215-228.

Rahayu, W. (2016). Profil Wanita Bercadar (Studi Kasus Wanita Salafi di Kelurahan Tangkerang Timur Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)* Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, *3*(1), 1-11.

Ratri, L. (2011). Cadar, Media, dan Identitas Perempuan Muslim. In Forum (Vol. 39, No. 2, pp. 29-37).

Setyarini, M., & Pratisti, W. D. (2018). PrasangkaSosial Civitas Akademika Terhadap Wanita Bercadar di Lingkungan Perguruan Tinggi Islam (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Zain, B. M. (2016). Proses pembentukan identitas: Studi kasus mahasiswi bercadar di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Wawancara dengan 21 Informan

MENUJU PENDIDIKAN BERKEARIFAN LOKAL BUKAN "BERKEARIFAN" MEDIA

Irwan Malin Basa
Institut Agama Islam Negeri Batusangkar, Sumatera Barat
irwan@iainbatusangkar.ac.id

A. PENDAHULUAN

Dunia zaman *now* memang tidak bisa dilepaskan dari dunia *information technology* (IT). Hampir semua kebutuhan kita bisa dilayani dengan IT. Hanya dengan sebuah handphone berbasis android, dunia dalam genggaman kita. Manusia berlomba lomba memakai handphone dan aneka ragam media sosial (medsos) yang ada di dalamnya. Menurut catatan Unesco dan Harvard University pada tahun 2016, ada sebanyak 30 juta anak usia sekolah sebagai pengguna internet di Indonesia. Jika masing-masing pengguna internet tersebut menghabiskan uang Rp. 50.000 setiap bulannya untuk internet maka ada uang beredar sebanyak 1,5 triliun rupiah untuk internet.

Meluasnya penggunaan IT itu tentu membawa pengaruh positif dan juga dampak negatif terhadap generasi muda, khususnya anak-anak di Indonesia. Berbagai kasus tentang pengaruh medsos ini bermunculan sehingga para pakar pun mencari jalan keluarnya. Pengaruh tersebut tidak hanya menggilas budaya, persepsi, ekonomi, agama bahkan dunia pendidikan terimbas oleh kehadiran medsos ini. Semua aktivitas di dunia pendidikan dipaksakan agar memakai IT semuanya dengan alasan dapat diakses oleh berbagai pihak dari belahan dunia manapun. Alhasil, jika sebuah lembaga pendidikan belum memiliki *website* maka akan dianggap kuno dan terbelakang. Tetapi apakah dengan kehadiran media ini lembaga pendidikan dan proses pendidikan menjadi baik kualitasnya? Apakah tidak ada nilai-nilai yang dikorbankan? Tentu saja ada yang hilang dari keangkuhan media ini.

Sebelum kehadiran medsos yang membahana seperti sekarang ini masyarakat kita sudah memiliki beragam bentuk dan jenis lembaga pendidikan yang bercirikan keindonesiaan. Hasilnya cukup mantap. Sebagai buktinya, berapa banyak tokoh-tokoh hebat yang dilahirkan oleh negara kita pada zaman dahulu. Misalnya, Soekarno, Hatta, Hamka, Muhammad Nasir, dan lain sebagainya. Bagaimana konsep pendidikan mereka? Salah satu jawabannya adalah memakai konsep pendidikan berkearifan lokal dan memiliki akar kultural yang tidak bisa dilepaskan dari masyarakat kita.

B. KONSEP PENDIDIKAN BERKEARIFAN LOKAL

Menurut salah seorang pakar pendidikan berkearifan lokal Yin Cheong Cheng (2002) dari Hongkong Institute of Education bahwa ada enam konsep pengembangan kearifan lokal dalam pengembangan pendidikan. Konsep ini sudah diterapkan di Jepang, China, Hongkong dan Korea semenjak tahun 2000. Alasan penerapan konsep ini adalah untuk melestarikan nilai budaya lokal suatu komunitas dalam pendidikan. Seperti apa konsepnya? Berikut beberapa uraian tentang konsep tersebut.

Pertama, *theory of Tree*. Teori ini maksudnya adalah proses yang dilakukan untuk membina pengetahuan dan kearifan lokal harus memiliki akar dari nilai-nilai lokal dan tradisi setempat dan harus bisa memanfaatkan kemajuan teknologi. Sebuah keharusan juga untuk merancang kurikulum yang memiliki "rasa" lokal dan mencerminkan nilai lokal yang ada.

Kedua, *theory of Crystal*, artinya betapapun majunya sebuah proses pendidikan maka "rasa lokal" nya harus terpelihara sehingga *output* yang dihasilkan tidak kehilangan identitas. Nilai budaya lokal harus benar-benar mengkristal di dalam jiwa peserta didik. Tentu mengaplikasikan teori ini tidak gampang karena kurikulum pendidikan kita diatur dari pusat. Pelaksana di daerah hanya mengikuti saja tanpa pernah diberi kesempatan untuk memprotes jika ada kurikulum itu yang tidak cocok dengan kondisi mereka.

Ketiga, *theory of Birdcage*; teori ini adalah mengharuskan kita terbuka dengan segala informasi dari dunia luar tetapi kita harus memiliki filter sesuai dengan kerangka konseptual yang sudah kita cita-citakan sehingga apapun bisa kita terima, tetapi tidak semua harus kita pakai. Laksana sebuah sangkar burung dimana jeruji sangkarnya adalah filter bagi sesuatu yang akan masuk kedalam sangkar, tetapi burungnya bisa berkicau keluar dari sangkar tersebut sehingga kicauannya bisa didengar oleh orang dari kejauhan. Civitas akademika dituntut untuk membuat karya-karya mereka yang inovatif dan harus disebarluaskan ke dunia luar.

Keempat, *theory of DNA*; teori DNA bukan berarti *Discribo Nucleat Acid* tetapi teori DNA maksudnya kita mesti melakukan penekanan pada penemuan dan transplantasi atau pencangkokan keilmuan sehingga kita bisa memperbaiki kelemahan yang ada pada nilai lokal kita. Mana yang kurang, kita tambah. Mana yang lemah diperkuat. Pergeseran nilai lokal dari yang tradisional ke nilai modern tidak bisa dihindari. Akan ada sedikit reformasi nilai yang bergeser namun nilai yang akan direformasi itu adalah nilai yang tidak relevan lagi dengan zaman sekarang ini.

Kelima, *theory of Fungus*. Teori ini maksudnya adalah mengajarkan peserta didik dengan kurikulum dan design pembelajaran untuk membuat mereka mampu menemukan dan mempelajari apa pentingnya nilai pengetahuan lokal dan nilai pengetahuan global dan betapa pentingnya nilai itu untuk kemajuan komunitas lokal mereka.

Keenam, *theory of Amoeba*; teori ini adalah membuat peserta didik mampu dengan cepat mempelajari dan memahami nilai global kemudian memberdayakan nilai global tersebut untuk membuat terobosan-terobosan demi kemajuan sumber daya lokal yang ada di sekitar mereka. Mottonya adalah *act locally think globally* atau bertindak lokal berfikir global. Biarpun kita tinggal di daerah tetapi kita harus bisa membuat perubahan untuk dunia.

C. PENDIDIKAN BERKEARIFAN MEDIA

Istilah "berkearifan" media di sini adalah semua informasi tentang pendidikan disebarluaskan melalui media setiap saat kepada calon peserta didik. Namun belum tentu semua informasi yang disampaikan tersebut sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Ketika sebuah lembaga pendidikan beriklan, tentu saja yang disampaikan hanyalah prestasi dan reputasi yang baik saja. Tidak akan pernah ada satu lembaga pendidikanpun menyampaikan kelemahan mereka meskipun sudah menjadi rahasia umum dan bahkan sudah menjadi karakter dari sebuah lembaga pendidikan tersebut.

Namun bagi calon peserta didik yang akan melanjutkan pendidikan ke sebuah lembaga pendidikan tertentu, perlu kiranya menyeleksi setiap informasi secara baik dan benar. Ada beberapa pertimbangan yang harus dilakukan ketika akan memilih jurusan apa dan perguruan tinggi mana nantinya. Di bawah ini diuraikan beberapa hal yang penting untuk diseleksi dan dicermati agar tidak menjadi korban media seputar informasi pendidikan.

Pertama, pemilihan jurusan. Hal pertama yang sebaiknya anda tentukan adalah jurusan. Jurusan/bidang ilmu apa yang sekiranya Anda ingin geluti. Coba tanya kepada diri anda kenapa anda memilih bidang ilmu/jurusan tersebut. Sekecil apapun alasan anda coba anda utarakan kepada diri anda sendiri atau kalau perlu ke orang tua anda juga untuk menjelaskan alasan anda memilih jurusan tersebut. Sebagai contoh, jurusan yang anda pilih saat ini adalah Bahasa Inggris. Yang menjadi alasan kenapa anda menjatuhkan pilihan jurusan ke Bahasa Inggris adalah karena prospek kerjanya sangat luas, anda ingin lancar berbahasa Inggris, anda ingin pergi ke luar negeri melanglang buana. Setelah anda bisa berbahasa Inggris, anda ingin mengajarkannya kepada orang lain. Terkadang orang tua juga berperan dalam menentukan jurusan untuk kita, akan tetapi jika Anda memiliki pilihan jurusan sendiri, anda harus bisa memperjuangkan pilihan anda dengan menjelaskan kenapa anda sebaiknya memilih jurusan pilihan Anda.

Kedua, pemilihan perguruan tinggi. Setelah anda yakin dengan jurusan yang anda pilih/tetapkan, barulah kemudian

mempertimbangkan perguruan tinggi mana yang anda pilih. Ada beberapa masukan dalam menentukan perguruan tinggi yang akan anda pilih.

1. **Ada tidak jurusan pilihan Anda di perguruan tinggi tersebut**

Belum tentu suatu perguruan tinggi memiliki prodi/jurusan yang komplit, meskipun perguruan tinggi tersebut perguruan tinggi terbaik. Bisa saja perguruan tinggi yang anda inginkan tersebut tidak memiliki prodi/jurusan pilihan anda. Jadi, pilihlah perguruan tinggi yang memiliki prodi/jurusan pilihan anda. Meskipun anda memiliki perguruan tinggi idaman anda atau perguruan tinggi tersebut terbaik, jika di perguruan tinggi tersebut tidak memiliki jurusan/prodi pilihan anda, alangkah baiknya anda mencari perguruan tinggi lainnya yang memiliki prodi/jurusan pilihan anda. Dari pada anda memilih perguruan tinggi yang tidak memiliki prodi/jurusan pilihan anda tersebut yang pada akhirnya anda akan melenceng dari tujuan awal anda memilih prodi/jurusan pilihan anda.

2. **Bagaimana akreditasi jurusan yang Anda pilih di perguruan tinggi tersebut (Kualitas)**

Akreditasi dari jurusan di perguruan tinggi ibaratnya sebagai prestasi dan juga sebagai simbol kualitas jurusan di perguruan tinggi tersebut. Akreditasi ini merupakan penilaian dalam beberapa aspek yang dilakukan oleh BAN-PT (Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi). Anda harus mempertimbangkan betul mengenai akreditasi ini. Minimal, pilihlah yang memiliki akreditasi B. Meskipun akreditasi belum tentu menentukan kualitas lulusan dari jurusan di suatu perguruan tinggi, akan tetapi soal akreditasi ini bisa menjadi pertimbangan anda dalam menentukan perguruan tinggi (khususnya jurusannya) yang berkualitas. Lagi pula, salah satu syarat untuk mendaftar atau melamar pekerjaan nantinya adalah alumni dari jurusan dan perguruan tinggi yang terkareditasi.

a. Faktor Keuangan

Soal dana, ini hal penting bagi orang tua anda atau anda sendiri dalam memilih perguruan tinggi. Setiap perguruan tinggi mematok harga tersendiri. Semakin terkenal atau terbaik perguruan tinggi, terkadang semakin tinggi harga yang dipatok. Dan setiap tahun ada kemungkinan biayanya akan meningkat.

Sesuaikan alokasi dana pendidikan anda sesuai dengan kemampuan keuangan anda atau orang tua anda. Bagi yang masih bergantung kepada orang tua, janganlah terlalu egois, lihatlah kemampuan ekonomi orang tua anda. Daripada anda memaksa orang tua anda, bisa-bisa ke depannya akan terjadi masalah yang kemungkinan bisa mengganggu studi anda.

b. Faktor Lainnya

Faktor lainnya bisa berupa rekomendasi, prestasi perguruan tinggi, kerjasama perguruan tinggi, dan lain-lain. Untuk faktor lainnya ini, bisa anda gunakan sebagai tambahan pertimbangan anda. Tapi keputusan tetap ada di tangan anda.

3. Kriteria Perguruan Tinggi Idaman

Dari uraian yang dibahas sebelumnya, bisa sedikit diambil kesimpulan dalam membedakan kriteria perguruan tinggi idaman. Kriteria perguruan tinggi idaman tiap orang bisa berbeda, ada gambaran bagaimana Kriteria Perguruan Tinggi yang pantas menjadi idaman untuk kita semua. Ada dua sudut pandang dalam memberikan penilaian dalam menggambarkan kriteria-kriteria perguruan tinggi idaman yang sekiranya pantas untuk kita semua, yaitu sudut pandang eksternal dan internal.

a. Sudut Pandang Eksternal; Yang paling umum dan diketahui banyak orang tanpa harus mencari informasi di dalam perguruan tinggi tersebut adalah dari sudut pandang eksternal. Biasanya dari sudut pandang eksternal, orang

menilai dari luarnya suatu perguruan tinggi. Contoh yang masuk ke dalam sudut pandang eksternal:

1) Prestasi menunjukkan kualitas (prestasi nasional dan international)

   Orang menilai suatu perguruan tinggi bisa menjadi Perguruan Tinggi terbaik karena prestasi yang diraih oleh perguruan tinggi yang bersangkutan. Prestasi tersebut akan menjadi nilai tambah atau nilai jual perguruan tinggi tersebut. Prestasi yang diraih oleh suatu perguruan tinggi akan menunjukkan kualitas dari perguruan tinggi tersebut. Orang pun akan memberikan apresiasi bahwa perguruan tinggi tersebut sangat bagus, berkualitas, dan pantas menyandang gelar sebagai perguruan tinggi terbaik.

   Kriteria perguruan tinggi yang pantas menjadi idaman adalah perguruan tinggi yang meraih berbagai prestasi dalam lingkup nasional dan juga internasional. Jika prestasi yang diraih hanya sebatas tingkat nasional, orang akan menilai perguruan tinggi tersebut berkualitas nasional, dalam lingkup negara kita. Sedangkan jika disertai dengan prestasi tingkat internasional, bukan hanya masyarakat nasional (negara kita) tetapi masyarakat duniapun akan menilai perguruan tinggi tersebut berkualitas, seluruh lapisan masyarakat dunia akan merasa perguruan tinggi tersebut layak menjadi tempat studi untuk semua orang di dunia. Prestasi tingkat internasional yang diraih oleh suatu perguruan tinggi akan memberikan keuntungan tersendiri, yaitu perguruan tinggi tersebut akan dikenal oleh masyarakat di seluruh dunia. Dan mungkin saja bisa menjadi percontohan oleh perguruan tinggi lainnya.

2) Kerjasama dengan perguruan tinggi lain atau perusahaan

Kerjasama yang terjalin dengan berbagai pihak akan menunjukkan bahwa perguruan tinggi tersebut juga berperan dalam kemajuan bersama. Salah satu kriteria perguruan tinggi idaman adalah menjalin kerjasama dengan berbagai perguruan tinggi dan perusahaan dalam dan luar negeri. Dari kerjasama ini tentunya kualitas perguruan tinggi tersebut tidak diragukan oleh relasi yang menjalin kerjasama dengannya.

3) Jaringan alumni yang tersebar dan terorganisir

Perguruan tinggi tentunya memiliki jaringan alumni. Perguruan tinggi idaman memiliki jaringan alumni yang tersebar yang terorganisir dengan baik yang tentunya dikomandoi oleh perguruan tinggi tersebut. Dengan jaringan alumni yang tersebar dan dikelola oleh pusat data alumni akan menjadikan perguruan tinggi tersebut mampu memantau perkembangan alumninya tersebut. Ini berarti antara perguruan tinggi dengan alumninya akan selalu tercipta suatu hubungan yang berlanjut atau bisa dikatakan tali silaturahmi di antara perguruan tinggi dengan alumninya tidak terputus.

4) Peringkat atau Ranking Perguruan Tinggi dalam lingkup dunia

Munculnya internet membuat informasi apapun bisa kita dapatkan dengan mudah. Tak terkecuali informasi mengenai perguruan tinggi di seluruh dunia bisa kita cari. Internetpun ternyata juga dimanfaatkan oleh Webometrics, suatu organisasi yang memberikan penilaian melalui peningkatan perguruan tinggi di seluruh dunia yang masuk dalam kriteria penilaian. Melalui situsnya www.webometrics.info. Webometric

memberikan penilaian berupa peringkat perguruan tinggi dalam lingkup dunia yang masuk dalam daftar kriteria penilaian. Meskipun penilaian yang dilakukan oleh Webometrics sebatas dilakukan melalui internet dengan bantuan layanan-layanan situs internet yang ada, nyatanya banyak yang menjadikannya sebagai tolak ukur persaingan perguruan tinggi. Untuk kriteria penilaian yang dilakukan oleh Webometrics bisa Anda cari tahu di websitenya. Webometrics memberikan pemeringkatan perguruan tinggi setiap enam bulan sekali, yaitu di bulan Januari dan Juli.

Perguruan tinggi idaman alangkah baiknya memiliki peringkat yang bagus di Webometrics. Hal ini akan membuat nilai tambah perguruan tinggi untuk dikenal oleh lapisan masyarakat dunia melalui internet. Selain itu juga membuktikan strategi-strategi yang dilakukan oleh perguruan tinggi dalam meraih peringkat dalam Webometrics. Dalam Webometrics pun anda bisa memperoleh informasi peringkat universitas dalam lingkup dunia, Asia, Asia Tenggara, Eropa, Afrika, dan lain-lain. Apakah Perguruan Tinggi favorit Indonesia Anda masuk dalam daftar peringkat Webometrics?

4. Sudut Pandang Internal

Perguruan tinggi idaman dalam sudut pandang internal adalah hal-hal yang berada di dalam lingkup perguruan tinggi yang mencakup kurikulum, pembelajaran, dosen, dan lain-lain. Apa yang harus menjadi kriteria dalam memberikan penilaian terhadap perguruan tinggi idaman, adalah sebagai berikut:

a. Kurikulum

Kebanyakan kurikulum perguruan tinggi mengadaptasi kurikulum dari perguruan tinggi yang dijadikan percontohan. Tidak sedikit setiap tahunnya perguruan tinggi

membelokkan arah kurikulumnya. Ibaratnya tiap tahun selalu menjadikan kurikulum yang dipakai sebagai bahan uji coba apakah berhasil atau tidak. Tapi banyak juga yang melakukan perubahan kurikulum setiap tahunnya untuk mengimbangi perkembangan ilmu pengetahuan atau mengikuti perkembangan keadaan negaranya.

Perubahan kurikulum ini kebanyakan memberikan dampak terhadap mahasiswa perguruan tinggi tersebut. Contohnya, ada perubahan mata kuliah, dimana mata kuliah wajib diubah menjadi mata kuliah pilihan, sebaliknya mata kuliah pilihan dijadikan mata kuliah wajib. Ini tentunya akan memberikan dampak bagi mahasiswa tingkat akhir yang diwajibkan untuk mengikuti mata kuliah wajib yang dulunya adalah mata kuliah pilihan, sedangkan mata kuliah pilihan tersebut sebelumnya tidak diambil. Sehingga pada akhirnya mahasiswa tersebut terpaksa harus menunda kelulusannya untuk mengikuti mata kuliah wajib tersebut. Kasus seperti ini kenyataannya pernah terjadi.

Kurikulum seperti apa yang masuk dalam kriteria perguruan tinggi idaman? Menurut saya, kurikulum yang ada sebaiknya stabil. Perubahan dalam mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan memang perlu. Tapi kurang optimal jika selalu mengubah kurikulum secara signifikan karena selalu mengadaptasi kurikulum perguruan tinggi yang dijadikan contoh. Kurikulum yang ada sebaiknya dirancang dan dipertimbangkan seoptimal mungkin demi kesuksesan mahasiswa dalam menuntut ilmu. Perubahan kurikulum yang ada dijadikan sebagai update perkembangan ilmu pengetahuan atau perkembangan keadaan negara.

b. **Dosen minimal berpendidikan S2 dan mempunyai kemampuan berbahasa inggris aktif**

Untuk saat ini kebanyakan untuk menjadi dosen syarat pendidikannya harus S2. Di perguruan tinggi tertentu sudah ada yang syarat menjadi dosen di perguruan tinggi tersebut adalah S3, sedangkan jika masih ada yang S1 akan dijadikan asisten dosen (belum menjadi dosen). Selain itu, dosen sebaiknya mempunyai kemampuan berbahasa inggris secara aktif. Ini akan menunjukkan kualitas dosen tersebut.

c. **Dosen mampu mengajar dengan baik, mampu membuat suasana kelas menjadi menyenangkan, mampu memberikan motivasi, bersahabat dan lucu**

Maksud dari mampu mengajar dengan baik disini adalah dosen tersebut memiliki kemampuan mengajar yang sekiranya mahasiswanya mampu memahami apa yang disampaikan oleh dosen yang bersangkutan. Banyak dosen pintar secara akademik tapi belum tentu dosen tersebut pintar dalam mengajar. Jika dosen yang cara mengajarnya monoton, otomatis mahasiswanya akan menjadi ogah-ogahan.

Dosen yang bersahabat tentunya akan membuat mahasiswanya menjadi merasa nyaman. Tingkah laku dosen yang bersahabat bisa ditunjukkan dengan cara berbicara yang membaur dengan mahasiswa, meskipun tidak selalu resmi tapi sopan. Dosen yang mampu memberikan motivasi kepada mahasiswanya akan membuat mahasiswanya selalu bersemangat dalam mengikuti perkuliahan. Misalnya dosen tersebut menceritakan pengalamannya atau pengalaman orang lain yang akan membuat mahasiswa selalu bersemangat dalam menghadapi tantangan hidup.

Dosen yang lucu akan membuat suasana kelas menjadi menyenangkan karena disela-sela mengajar dosen akan

mencairkan suasana yang tegang di saat pembahasan materi yang dirasa berat. Lelucon-lelucon dosen saat berlangsungnya perkuliahan terbukti mampu membuat suasana kelas menjadi menyenangkan. Mahasiswanya juga akan fokus memahami apa yang disampaikan oleh dosen. Selain itu, mahasiswa juga tidak akan cepat merasa bosan atau ngantuk.

d. Beasiswa

Alangkah senangnya jika mahasiswa mendapatkan beasiswa. Apalagi jika program beasiswa yang diberikan oleh perguruan tinggi tersebut banyak. Ini berarti perguruan tinggi tersebut selalu memberikan apresiasi bagi mahasiswa yang berprestasi dan bagi mahasiswa yang kurang mampu dalam segi ekonomi. Dengan begitu mahasiswa jadi diperhatikan betul oleh lembaga. Dengan pemberian beasiswa ini tentunya akan memberikan semangat dalam menempuh studinya di perguruan tinggi tersebut. Perguruan tinggi yang banyak memberikan beasiswa tentunya akan menjadi perguruan tinggi idaman.

e. Tata ruang kelas dan kapasitas mahasiswa

Perguruan tinggi idaman memiliki ruang kelas yang nyaman, bisa juga ber-AC. Ruang kelasnya disediakan fasilitas pembelajaran yang mencukupi. Pintu masuk tidak berada di samping meja dosen, sehingga jika kedapatan mahasiswa yang ingin keluar kelas untuk buang air kecil (misalnya) saat kegiatan belajar mengajar berlangsung tidak akan mengganggu mahasiswa lain yang sedang berkonsentrasi mengikuti kegiatan belajar mengajar.

Untuk kapasitas mahasiswa dalam mengikuti kegiatan perkuliahan dalam satu kelas akan lebih optimal jika maksimal diisi oleh maksimum 40 orang mahasiswa. Saya sendiri pernah merasakan perbedaan mengikuti perkuliahan yang diikuti oleh banyak mahasiswa dengan hanya diikuti oleh beberapa mahasiswa yang tidak lebih dari 20

mahasiswa. Saya mampu berkonsentrasi ketika perkuliahan diikuti oleh beberapa orang mahasiswa saja. Dosen pun jadi lebih leluasa dan santai dalam mengajar. Kalau ramai, sering terjadi kegaduhan di kelas.

D. KESIMPULAN

Dari uraian di atas dapat kita simpulkan bahwa yang paling penting dalam menentukan pilihan terhadap lembaga pendidikan adalah lembaga pendidikan yang memiliki ciri berkearifan lokal yang bisa merepresentasikan budaya lokal setempat. Informasi yang disebar melalui media selama ini adalah informasi yang dikemas dalam bentuk "bahasa marketing" saja sehingga tidak sedikit calon peserta didik yang kecewa ketika harus berhadapan dengan kenyataan bahwa kampus yang mereka pilih tidak sesuai dengan iklan yang dilihat.

Setiap manusia Indonesia harus cerdas dalam menerima informasi serta harus bisa mengolahnya menjadi sebuah alat untuk mengambil keputusan. Informasi melalui media tidak mesti ditelan mentah-mentah melainkan harus dilakukan *check* dan *recheck* agar kita tidak kecewa. Betapa banyak orang yang kecewa dengan informasi melalui media saja. Jangankan informasi mengenai lembaga pendidikan, informasi untuk umrah dan haji yang jelas-jelas tujuannya untuk ibadah masih diselewengkan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab.

REFERENSI

Ardiansyah, Dedy. (2014). *Buku Pintar Serba Tahu Sepanjang Masa*. Jogjakarta: Laksana

Covey, R. Stephen. (2015). *The 7 Habits of Highly Effective People*: Pelajaran Berharga untuk Perubahan Pribadi (edisi Peringatan 25 tahun) Jakarta: Dunamis

Dessler Gary. (2014). *Managemen Sumber Daya Manusia* (10th edition). Jakarta; Indeks

Elfiky, Ibrahim. (2013). *Berpikir Positif*. Jakarta: Zaman

Luh Putu Artini, Dkk. (2013). *Bilingualisme dan Pendidikan Bilingual*. Semarang: Graha Ilmu

Majid, Abdul. (2014). *Strategi Pembelajaran*. Bandung: Rosda

Miarso, Yusufhadi. (2013). *Menyemai Benih Teknologi Pendidikan*. Jakarta: Kencana

Sipriyadi, Dedi. (2001). *Isu dan Agenda Perguruan Tinggi di Indonesia*. Bandung: Alfabeta

Sudjana, Nana. (2014). *Penilaian Hasil Proses Belajar Mengajar* (cet.18). Bandung: Rosdakarya

Yamin, Martini. Dkk. (2012). *Taktik Mengembangkan Kemampuan Individu Siswa*. Jogjakarta: Referensi

http://galuhristyanto.web.id/2010/kriteria-perguruan-tinggi-yang-pantas-menjadi-idaman.html

CYBERBULLYING DI ERA GENERASI MILLENNIAL

Istiqamah Ardila
STAI Rasyidiyah Khalidiyah Amuntai Kalimantan Selatan
ardilaistiqamah@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Generasi millennial adalah istilah yang diberikan kepada sekelompok anak muda yang hidup pada masa kini dengan rentang usia 15-34 tahun atau mereka yang lahir antara tahun 1981-2000 (Ali & Purwandi, 2016). Generasi ini tumbuh akrab dengan teknologi yang sedang berkembang pesat saat ini dan cenderung tidak dapat dipisahkan dengan teknologi informasi berbasis internet. Di Indonesia sendiri, penggunaan internet begitu tinggi yakni mencapai 132,7 juta pengguna atau sekitar 51,7 % dari total populasi penduduk di tahun 2016 (APJII, 2016) dan angka ini akan terus bertambah seiring berjalannya waktu.

Meluasnya internet dan munculnya sosial media begitu mempengaruhi kehidupan generasi millennial bahkan menjadi suatu kebutuhan pokok (Ali & Purwandi, 2016) dan *new lifestyle* (Putra, 2016). Hal ini terlihat dari kehidupan mereka yang selalu bersentuhan dengan telepon pintar atau *smartphone* dimanapun dan kapanpun sehingga ketiadaan *smartphone* ini menjadi suatu kemustahilan bagi mereka. Bahkan ketika berkumpul dengan keluarga dan sahabat pun tangan mereka tidak lepas dari *smartphone* mereka. Kondisi ini mempengaruhi pola pikir, nilai-nilai dan perilaku yang dianut generasi millennial dan membentuk suatu karakteristik tertentu yang tidak sama dengan generasi sebelumnya.

Panjaitan (2017) menyebutkan bahwa generasi millennial memiliki karakteristik berupa kecanduan internet, rasa percaya diri dan harga diri yang tinggi serta lebih terbuka dan bertoleransi terhadap perubahan. Mereka para anak muda zaman *now*akan lebih memilih *smartphone* mereka daripada menonton acara di televisi, adanya

semacam keharusan bagi mereka untuk memiliki akun media sosial baik itu *facebook*, *instagram*, *twitter*, *path*, atau yang lainnya. Mereka cenderung tidak menyukai membaca secara konvensional dan semakin bersifat ingin praktis tanpa perlu mengeluarkan usaha yang besar dalam mendapatkan sesuatu sehingga sifat malas mudah menjangkiti mereka.

Akan tetapi dalam sudut pandang lain, generasi *millennial* adalah generasi yang *creative*, *connected* and *confidence* (Ali & Purwandi, 2016). Hal ini terlihat dari banyaknya usaha unik berbasis online yang dibuat oleh para pemuda zaman *now* dan menjadi suatu lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat. Mereka juga memiliki pandangan dan wawasan yang luas dibanding generasi sebelumnya dan bersifat mendunia karena keberadaan internet dan media sosial yang mampu menjangkau informasi dari seluruh dunia hanya dalam waktu sekejap. Kepercayaan yang begitu tinggi juga dimiliki oleh generasi ini sehingga mereka tidak ragu untuk berdebat di media sosial walaupun sebenarnya mereka tidak ahli dalam hal yang diperdebatkan.

B. MEDIA SOSIAL DAN *CYBERBULLYING*

Media sosial adalah media online yang mendukung adanya hubungan yang intens antar individu menggunakan teknologi berbasis web yang membuat perubahan komunikasi satu arah menjadi dialog interaktif (Putra, 2016). Sosial media juga merupakan sebuah wadah baru bagi para anak zaman *now* untuk mengekspresikan diri mereka ke dunia luar yang tidak hanya bersifat lokal tapi juga mendunia. Tidak heran jika fenomena selfie dan narsis begitu menonjol dalam generasi ini.

Rifauddin (2016) menuliskan beberapa dari karakteristik yang dimiliki oleh media sosial antara lain:

1. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
2. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu *gatekeeper* dan tidak ada gerbang penghambat.

3. Isi disampaikan secara online dan langsung.
4. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna.
5. Media sosial (medsos) menjadikan penggunanya sebagai kreator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
6. Dalam konten medsos terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (*group*).

Dari pemaparan tersebut dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah media berbasis internet yang digunakan secara personal untuk berinteraksi dengan orang lain dan menciptakan atmosfer baru di dalam dunia maya yang begitu digandrungi oleh generasi millenial. Media sosial terdiri dari berbagai macam jenis yang memiliki fitur yang berbeda-beda seperti *facebook, twitter, path, instragram* dan lain-lain dengan tujuan yang hampir sama yaitu berbagi informasi, cerita, dan pengalaman kepada orang lain.

Seperti yang ditunjukkan oleh data bahwa pengguna terbanyak media sosial adalah para anak muda dengan kisaran umur antara 15-19 tahun yakni sebesar 64% (Mulya) dimana pada periode ini terjadi proses peralihan dari masa anak-anak menuju dewasa (Basya, 2011). Secara psikologis, mereka berada dalam proses pencarian jati diri dengan tingkat emosi labil yang sangat rentan akan rangsangan luar. Kondisi ini membuat mereka mudah mengalami miss communication antara sesama pengguna media sosial dan sering salah kaprah dalam menyimpulkan dan menafsirkan informasi dari dunia maya. Keadaan ini tidak jarang memicu anak muda zaman now untuk berkata-kata kasar dan tidak terpuji.

Kebebasan berpendapat tanpa ada batasan dan aturan yang memiliki efek jera membuat media sosial begitu rentan dengan komunikasi yang tidak terarah. Etika berkomunikasi yang sepertinya terlupakan oleh para pemuda zaman now atau memang tidak pernah

diajarkan sama sekali kepada mereka membuat bahasa kasar berbentuk cacian dan makian menjadi hal yang lumrah dan konsumsi sehari-hari. Cacian dan makian yang berbentuk intimidasi terhadap seseorang dalam akun media sosialnya dengan tujuan menjatuhkan harga diri atau merendahkannya merupakan suatu bentuk dari pembullyan yang jarang disadari oleh para pengguna media social. Pembullyan dalam dunia maya ini kemudian dikenal dengan istilah cyberbullying.

Rifauddin (2016) menjelaskan bahwa *bullying* adalah sebuah perilaku agresif yang sengaja dilakukan oleh sekelompok orang atau seseorang secara berulang-ulang dan dari waktu ke waktu terhadap seorang korban yang tidak dapat mempertahankan dirinya dengan mudah atau sebuah penyalahgunaan kekuasaan/kekuatan secara sistematik. Sedangkan *cyberbullying* merupakan perilaku seseorang atau kelompok secara sengaja dan berulang kali melakukan tindakan yang menyakiti orang lain melalui komputer, telepon seluler, dan alat elektronik lainnya.

Secara singkat dapat dikatakan bahwa *cyberbullying* adalah bentuk tindak kejahatan yang berlangsung di dunia maya yang bertujuan untuk merendahkan, menghancurkan harga diri, mengintimidasi atau mencemarkan nama baik dengan memberikan komentar-komentar kasar dan sebagainya. Tindakan bullying yang biasanya terjadi di dunia maya bersifat verbal yaitu pelaku bullying melakukan ancaman, penindasan, cacian, pelecehan dan sebagainya tanpa berhadapan langsung dengan korban.

Willard dalam jurnal Dina Satalina (Rifauddin, 2016) menyebutkan macam-macam jenis *cyberbullying* sebagai berikut:

1. *Flaming* (terbakar) yaitu mengirimkan pesan teks yang isinya merupakan kata-kata yang penuh amarah dan frontal. Istilah"*flame*" ini pun merujuk pada kata-kata di pesan yang berapi-api.
2. *Harassment* (gangguan) yaitu pesan-pesan yang berisi gangguan pada email, sms, maupun pesan teks di jejaring sosial yang dilakukan secara terus menerus.

3. *Cyberstalking* yaitu mengganggu dan mencemarkan nama baik seseorang secara intens sehingga membuat ketakutan besar pada orang tersebut.
4. *Denigration* (pencemaran nama baik) yaitu proses mengumbar keburukan seseorang di internet dengan maksud merusak reputasi dan nama baik orang tersebut.
5. *Impersonation* (peniruan) yaitu berpura-pura menjadi orang lain dan mengirimkan pesan-pesan atau status yang tidak baik.
6. *Outing & Trickery* yaitu *outing* menyebarkan rahasia orang lain atau foto-foto pribadi orang lain, sedangkan *trickery* (tipu daya) membujuk seseorang dengan tipu daya agar mendapatkan rahasia atau foto pribadi orang tersebut.
7. *Exclusion* (pengeluaran) yaitu secara sengaja dan kejam mengeluarkan seseorang dari grup online.

Price dan Dalgleish (2010) juga menambahkan bentuk-bentuk cyberbullying yang mereka temukan dalam penelitian mereka terhadap 548 remaja di Australia antara lain: (1) *called name* yaitu pemberian nama yang buruk seperti nama hewan (tikus, anjing, monyet), nama makhluk halus (hantu), dan panggilan fisik yang mengarah kepada wajah atau badan seseorang (jelek, gendut, obesitas) (2) *image of victim spread* yaitu menyebarkan foto seseorang untuk menghibur dirinya dan orang lain atau sekedar untuk mempermalukan orang tersebut, (3) *threatened physical harm* yaitu ancaman yang berkaitan dengan keselamatan seseorang seperti kata mati atau bunuh, dan (4) *opinion slammed* yaitu opini yang merendahkan dengan keadaan atau penampilan seseorang.

1. Faktor-faktor pedorong *cyberbullying*

Ada beberapa faktor yang mendorong seorang untuk melakukan tindakan pembullyan kepada orang lain diantaranya:

1. Faktor Keluarga

   Seorang anak adalah peniru yang baik dan ia akan begitu mudah mengikuti sikap dan perilaku yang

ditunjukkan oleh kedua orang tuanya sehingga bisa dikatakan bahwa anak adalah cerminan dari orang tuanya (Basya, 2011). Sikap dan tingkah laku orang tua akan memberi pengaruh yang positif ataupun negatif pada kepribadian anak yang kemudian akan dia aplikasikan dalam kehidupannya sehari-hari baik itu melalui dunia nyata maupun dunia maya. Kondisi keluarga yang tidak harmonis memberikan rasa tidak aman bagi anak dan cenderung membuat mereka mengekspresikan emosi mereka melalui media sosial dimana kebanyakan orang tua lalai dalam mengawasi perilaku anak mereka ketika berselancar di dunia maya.

2. Faktor Lingkungan (Pergaulan)

   Pergaulan menjadi faktor berikutnya yang mendorong seseorang melakukan tindakan *bullying*. Para anak muda yang masih mencari jati diri ini biasanya akan membentuk suatu perkumpulan tertentu yang memiliki kesamaan kesukaan atau tabiat. Adakalanya seorang mengikuti suatu kelompok yang dianggap memiliki citra lebih dengan sengaja melakukan pembullyan hanya sekedar untuk diakui keberadaannya apalagi jika ia berasal dari keluarga yang berantakan dan tidak harmonis. Maka ia akan melakukan tindakan *pembullyan* untuk mengeluarkan gejolak emosi yang ia dapatkan dari keluarganya.

Kemudian adanya rasa ingin tahu yang tinggi cenderung membuat para remaja suka melakukan tindakan-tindakan di luar aturan hanya untuk mendapatkan gelar "keren" atau "*cool*" dari teman-temannya karena telah berani melanggar suatu aturan sekolah misalnya. Ketika mereka terbiasa melakukan tindakan pembullyan atau kenakalan remaja lainnya dalam pergaulan mereka maka dapat dipastikan mereka akan membawa tindak kejahatan ini ketika berinteraksi di media sosial.

Istilah "*haters*" kemudian muncul untuk menamai sekelompok anak muda zaman now yang hobinya menghujat, mencaci-maki, dan menjelek-jelekkan seseorang di media sosial. Mereka pada haters cenderung memiliki sifat terbuka dan blak-blakan dalam menyampaikan pemikiran, suka berdebat dan mengkritisi utamanya jika menyangkut ketidaksetujuan akan suatu hal yang mereka rasakan (Pradipta, 2016). Perilaku yang ditunjukkan oleh para *haters* di media sosial inilah bentuk nyata dari *cyberbullying* yang memiliki tujuan tertentu terhadap orang yang mereka bully.

Lestari (2016) menambahkan media massa dan budaya sebagai faktor yang ikut serta mendorong perilaku *cyberbullying* pada anak muda zaman *now*. Seperti acara-acara telivisi dan film yang banyak menampilkan adegan-adegan *pembullyan* baik yang dilakukan perorangan maupun kelompok yang secara tidak langsung memberikan contoh kepada anak untuk meniru tindakan *bullying* tersebut. Suasana politik yang kacau, perekonomian yang tidak menentu, prasangka dan diskriminasi, konflik dalam masyarakat, dan ethnosentrime juga menjadi salah satu penyebab munculnya perilaku bullying. Hal ini dapat kita saksikan sendiri ketika presiden Indonesia yang seringkali di-*bully* oleh nitizen melalui instragram beliau sendiri dan kadang menjadi topik pembicaraan hangat di berbagai media pemberitaan.

2. Dampak *cyberbullying* bagi korban

Seperti halnya *bullying* di dunia nyata, *cyberbullying* juga akan memberi dampak negatif bagi perkembangan dan pertumbuhan korban seperti depresi, kecemasan, ketidaknyamanan, prestasi di sekolah menurun, tidak mau bergaul dengan teman-teman sebaya, menghindar dari lingkungan sosial, dan adanya upaya bunuh diri. *Cyberbullying* yang dialami remaja secara berkepanjangan akan menimbulkan stres berat, melumpuhkan rasa percaya diri sehingga memicunya untuk melakukan tindakan-tindakan membolos, kabur dari rumah, bahkan sampai minum minuman keras atau menggunakan narkoba.

Cyberbullying juga dapat membuat mereka menjadi murung, dilanda rasa khawatir, dan selalu merasa bersalah atau gagal.

Perasaan bersalah yang berkepanjangan dan dampak yang paling sering dialami korbannya adalah perasaan sakit hati dan kecewa. Jadi baik pelaku maupun korban dalam kasus *cyberbullying* sama-sama akan mengalami dampak negatif secara psikologis, sehingga perlu adanya pendidikan etika komunikasi yang baik dalam bermedia sosial untuk menanggulangi *cyberbullying* yang semakin parah di kalangan anak muda.

3. Peran orang tua dan guru terhadap tingkah laku anak di media sosial

Penelitian menunjukkan bahwa pelaku dan korban *cyberbullying* tidak mendapatkan perhatian khusus oleh orangtua mereka (Maya, 2015). Sifat acuh tak acuh dan pembiaran dari orang tua membuat anak muda zaman now bebas berselancar di dunia maya tanpa adanya arahan dan bimbingan yang jelas. Adakalanya kurangnya perhatian dari orang tua disebabkan oleh terlalu sibuknya mereka dalam bekerja siang malam sehingga tidak sempat lagi memperhatikan perilaku dan pergaulan anak-anak mereka. Bagi orang tua seperti ini yang penting fasilitas yang bersifat materi terpenuhi dengan baik tanpa memperdulikan perkembangan psikologis dari anak-anak yang mereka lahirkan. Tidak heran jika sekarang kita sering melihat orangtua dengan mudah memberikan *smartphone* kepada anak-anak mereka tanpa memberikan batasan atau aturan dalam penggunaannya. Padahal jika seorang anak yang memiliki kedekatan psikologis yang baik dengan orang tua maka kecil kemungkinan mereka akan menjadi pelaku atau korban dari *cyberbullying* dan menjadikan media sosial sebagai tempat mereka mencurahkan isi hati dan perasaan.

Ketika pengguna internet dan media sosial adalah mereka yang berusia remaja, maka orangtua akan menjadi penentu utama dalam mengarahkan dan membimbing anak-anak mereka untuk cerdas dalam berkomunikasi dan berselancar di dunia maya. Hal ini karena mereka

masih belum bisa memilih dan memilah dengan baik informasi yang layak dikonsumsi dan dijadikan pegangan. Oleh karena itu, maka sudah seharusnya orang tua untuk bisa meluangkan waktu sibuk mereka untuk berinteraksi dengan anak-anaknya di dalam rumah, mengawasi penggunaan *smartphone* dan mengarahkan mereka untuk cerdas dalam berinteraksi di media sosial.

Seorang guru di sekolah pun dituntut untuk memberikan pengetahuan kepada peserta didiknya mengenai kemajuan teknologi informasi dan pengarahan bagaimana menyikapi hal tersebut. Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir seluruh guru juga memiliki akun media sosial dan tidak jarang mereka memiliki akun di media sosial yang sama dengan peserta didiknya seperti sama-sama memiliki akun di facebook, instragram, dan twitter. Namun disayangkan terkadang para guru kurang memperhatikan bagaimana tingkah laku peserta didik mereka di media sosial tersebut. Padahal seorang guru dapat membantu orang tua untuk mengawasi anak-anaknya dengan menjadi teman di akun media sosial mereka dan memantau kegiatan dan tingkah pola anak dalam akun media sosial mereka. Jika terlihat gejala-gejala cyberbullying maka guru dan orang tua dapat segera menyelesaikannya sebelum berbuntut lebih jauh dan menimbulkan dampak yang dalam bagi anak tersebut.

C. ETIKA DALAM BERKOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL

Komunikasi memiliki konsep yang tidak hanya berkaitan dengan masalah cara berbicara efektif saja melainkan juga etika dalam berbicara agar terhindar dari *miss communication* atau kegagalan komunikasi yang bisa menghambat saling pengertian, kerjasama, toleransi dan merintangi pelaksanaan norma-norma sosial (Dahlan, 2014)

Etika merupakan kebiasaan, sifat, perwatakan manusia yang dimunculkan dalam bentuk tingkah laku baik perkataan maupun perbuatan (Rifauddin, 2016) sehingga etika dalam berkomunikasi adalah kebiasaan, sifat dan perwatakan yang dibawa manusia ketika mereka melakukan komunikasi degan orang lain. Etika komunikasi

bermakna sama dengan akhlak dalam berkomunikasi dimana suatu pemikiran baik buruk, benar salah, pantas tidak pantas dan yang lainnya menjadi landasan pertimbangan sebelum berbicara kepada orang lain.

Generasi millennial dapat dikatakan berada dalam suasana euforia, bebas bicara tentang apa saja, terhadap siapapun, dengan cara bagaimanapun terutama di media sosial yang tidak jarang cara maupun muatan pembicaraan bersebarangan dengan etika ketimuran, bahkan etika Islam sekalipun sebagai agama yang dianut mayoritas penduduk Indonesia. Kondisi ini seolah-olah menggambarkan bahwa mereka tidak memiliki etika yang baik atau tidak bermoral ketika berkomunikasi di media sosial entah karena mereka memang tidak tahu cara berkomunikasi dengan baik dan benar atau memang tidak pernah diajarkan sama sekali baik oleh orang tua atau guru di sekolah.

Akibat dari fenomena kebebasan berpendapat yang kebablasan ini terkhusus di media sosial oleh para pemuda zaman *now* telah membuat pemerintah Indonesia turun tangan dengan mengeluarkan aturan dalam Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Undang-undang ini berisi aturan mengenai bagaimana beretika dengan baik dan besar di jejaring media sosial beserta ancaman pidana bagi mereka yang sengaja melakukan tindak kejahatan di dunia maya sehingga seorang pelaku cyberbullying dapat dipidanakan jika perkataan mereka sudah keterlaluan dan di luar ambang batas yang bisa ditoleransi. Hal ini dapat dilihat dari beberapa selebritis Indonesia yang melaporkan kasus *cyberbullying* terhadap dirinya atau keluarganya kepada pihak kepolisian.

Oleh karena itu maka sudah sepatutnyalah para pengguna internet untuk menggunakan etika dalam berkomunikasi di media sosial. Rifauddin (2016) menerangkan beberapa etika yang perlu diperhatikan dalam menggunakan media sosial seperti tidak memposting tulisan, gambar maupun video yang berbau SARA atau menyinggung pihak lain, berkomunikasi dengan sopan, mampu membedakan obrolan pribadi atau publik, tidak sembarangan

membagikan tautan dan memahami konten secara menyeluruh sebelum berkomentar.

Orang tua dan guru menjadi sosok penting untuk mengajarkan pentingnya memiliki etika dalam berkomunikasi para anak muda zaman now dan membimbing mereka untuk cerdas dalam bermedia sosial karena orang tua dan guru memikul tanggung jawab dalam mendidik dan mengarahkan perilaku mereka ke arah yang baik tidak hanya ketika mereka berada di dunia nyata tetapi juga ketika mereka berselancar ria di media sosial. Pemerintah pusat dan daerah juga dituntut untuk memperhatikan kondisi ini dengan ikut berpartisipasi dalam mengarahkan para anak muda zaman now dengan mempelopori, mensponsori, atau mengadakan seminar-seminar komunikasi yang diadakan baik di sekolah, di perguruan tinggi maupun di lingkungan masyarakat umum sehingga perilaku mereka ketika berinteraksi di internet dapat lebih terarah dengan baik.

REFERENSI

Ali, H., & Purwandi, L. (2016). *Indonesia 2020: the urban middle class millenials.* Jakarta: Alvara Reseach Center.

APJII. 2016. Penetrasi & perilaku pengguna internet indonesia: survey 2016. Diakses pada tanggal 19 Pebruari 2018 dari http://apjii.or.id/survei2017/download/YfsjAtMS9Glbrypm6XU5LaluDRxkQg/

Basya, H.S. (2011). *Mendidik anak zaman kita*. Jakarta: Zaman.

Dahlan, M. S. (2014). Etika komunikasi dalam al-qur'an dan hadis. *Jurnal Dakwah Tabligh, 15*(1), 115-123.

Lestari, W. S. (2016). Analisis faktor-faktor penyebab bullying di kalangan peserta didik. *Social Science Education Journal, 3*(2), 147-157.

Maya, N. (2015). Fenomena cyberbullying di kalangan pelajar. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (JISIP), 4*(3), 443-450.

Mulya, Y. A. (n.d). Tingginya Angka Rasio Peningkatan Cyberbullying di Indonesia. Diakses pada tanggal 16 Maret 2018 dari http://psikologi.uin-malang.ac.id/

Panjaitan, P., & Prasetya, A. (2017). Pengaruh social media terhadap produktivitas kerja generasi millenial. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB),48*(1), 173-180.

Pradipta, A. (2016). *Fenomena perilaku haters di media sosial*. Thesis: Universitas Diponegoro.

Price, M.,& John D. (2010). Cyberbullying: experiences, impacts and coping strategies as described by australian young people. *Youth Studies Australia*,*29*(2), 51-59.

Putra, Y.S. (2016). Theoritical review:teori perbedaan generasi. *Among Makarti, 9*(18), 123-134.

Rifauddin, M. (2016). Fenomena cyberbullying pada remaja. *Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan Khizanah Al-Hikmah, 4(1), 35-44.*

RESPON NETIZEN TERHADAP PEMBELAJARAN BAHASA ARAB MELALUI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*

Jabal Nur
Institut Agama Islam Negeri Kendari
jabalnursiball@gmail.com

A. PENDAHULUAN

Bahasa merupakan alat komunikasi verbal yang digunakan dalam setiap interaksi sosial. Bahasa berperan penting dalam menyampaikan suatu pesan dan menjadi pintu masuk bagi ilmu pengetahuan. Dengan menguasai suatu bahasa dapat memudahkan seseorang untuk bergaul dan menjalin persahabatan serta mempelajari budaya yang berbeda. Semakin banyak bahasa yang dikuasai seseorang, semakin banyak pula ilmu pengetahuan yang bisa didapatkannya. Seiring dengan perkembangan zaman, komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung atau tatap muka tetapi dapat juga dilakukan secara tidak langsung yaitu menggunakan media (alat) komunikasi. Kemajuan teknologi dapat menyajikan informasi yang mudah diakses oleh masyarakat.

Jaringan internet *(cyberspace)* merupakan jaringan yang banyak digunakan di masyarakat (Gunawan, 2012). Jaringan internet ini menciptakan berbagai produk media sosial yang dapat memudahkan komunikasi. Mudahnya penyebaran informasi mengakibatkan wawasan masyarakat semakin terbuka. Sehingga secara langsung maupun tidak langsung berdampak pada pergeseran nilai dan norma yang berlaku sehingga timbul persoalan moral. Dengan kata lain, kemudahan mengakses informasi yang tidak didukung oleh kemampuan mengolah dan mencerna secara wajar dan berimbang dapat berakibat negatif pada pengguna maupun lingkungan sekitarnya. Media sosial merupakan media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif dengan berbasis teknologi

internet yang mengubah pola penyebaran informasi, dari satu kepada banyak orang yang kemudian menjadi media sosial dialog.

Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Melalui media sosial, setiap orang dapat mengajak siapa saja untuk berpartisipasi dengan memberikan pengaruh secara terbuka, memberi komentar serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tidak terbatas. Adapun Pertanyaan yang kemudian muncul adalah apakah pembelajaran bahasa Arab melalui media sosial (facebook) menarik perhatian pembelajar bahasa Arab? Bagaimana respon *netizen* terhadap pembelajaran bahasa Arab melalui media sosial *Facebook*?

Untuk menjawab hal inilah tulisan ini dibuat. Namun demikian, tulisan ini hanya menganalisis bagaimana respon *netizen* terhadap model pembelajaran bahasa Arab di *Facebook*. Sumber data diperoleh diupdate status pengajaran bahasa Arab yang diposting Prof. Dr. H. Ahmad Thib Raya., M.A melalui akun facebooknya 'Ahmad Thib Raya'.

B. MEDIA SOSIAL, PENGGUNA, DAN PEMANFAATANNYA

1. Serba-Serbi Media Sosial

Secara umum, media sosial serupa dengan media online yang didefinisikan sebagai media online dimana para penggunanya bisa saling berkomunikasi dan berinteraksi. Dengan kata lain, media sosial merupakan suatu saluran atau sarana untuk pergaulan sosial yang dilakukan secara online melalui jaringan internet. Kaplan dan Haenlein mengatakan bahwa ada enam jenis media sosial yaitu:

a. Proyek Kolaborasi
   Website yang mengizinkan usernya untuk mengubah, menambah ataupun menghapus berbagai konten yang ada pada website tertentu. Contohnya: Wikipedia.

b. Blok dan Microblog

Media sosial yang memberikan user kebebasan dalam mengekspresikan sesuatu di blog ini seperti curhat ataupun mengkritik kebijakan pemerintah. Contohnya: Twitter.

c. Konten

Media sosial ini mengizinkan para user dari pengguna website ini untuk saling meng *share* atau membagi konten-konten media, seperti video, *ebook*, gambar dan lain-lain. Contohnya: youtube

d. Situs jejaring sosial

Aplikasi ini mengizinkan *user* untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto-foto, status diri dan lain sebagainya. Contohnya: *Facebook*

e. Virtual *game world*

Dunia virtual, dimana mengekspresikan dunia 3D, dimana *user* bisa muncul dalam bentuk avatar-avatar yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya di dunia nyata, seperti *game online*

f. Virtual sosial *world*

Dunia virtual, dimana penggunanya merasa hidup di dunia virtual, sama seperti virtual game world, berinteraksi dengan yang lain. Namun *Virtual Sosial World* lebih ke arah kehidupan, seperti *second life.*

Dari keenam jenis media tersebut, situs jejaring sosial mempunyai peminat terbanyak. Penggunanya bukan saja dari kalangan remaja tetapi anak –anak bahkan lanjut usiapun menggunakan situs ini (facebook) sebagai wadah untuk bersosialisasi dan membangun hubungan dengan jangkauan yang lebih global tanpa harus terikat waktu.

2. Kelebihan dan Kekurangan Media Sosial

Media sosial *Facebook* sebagai alat interaksi memiliki pengaruh (Mustafa & Hamzah, 2011). Baik itu yang berdampak positif maupun yang berdampak negatif. Hal ini dipengaruhi oleh kekurangan dan kelebihan yang dimiliki oleh media sosial (facebook) tersebut. Adapun kelebihan dan kekurangan *Facebook* (Patria & Yulianto, 2011) antara lain:

a. Kelebihan

   Menambah wawasan dikarenakan terjalinnya interaksi antar orang di dunia maya. Selain itu, kemudahan dalam mengakses dapat menghemat pengeluaran dana ketika mengakses media sosial. Sehingga menambah jumlah pertemanan serta memancing kreativitas diri untuk bisa lebih berkreasi lagi dan juga mampu menyebarkan informasi yang dimiliki dalam waktu cepat.

b. Kekurangan

   Kemudahan menggunakan media sosial (facebook) dapat memicu terjadinya tindakan kriminal. Terjadinya manajemen waktu yang tidak efisien ketika media sosial tersebut tidak digunakan sesuai porsinya akan menimbulkan kecanduan yang berlebihan dalam penggunaan media sosial. Hal ini akan berakibat pada kondisi fisik yang tidak baik karena adanya aktivitas yang tidak seimbang pada pengguna media sosial

3. *Facebook* Sebagai Media Pengajaran

Pada pertengahan tahun 2017, salah seorang Dosen Bahasa Arab di UIN Syarif Hidayatullah mulai menggunakan *Facebook* sebagai media pengajarannya. Beliau adalah Prof. DR. H. Ahmad Thib Raya, M.A. Lahir di Bima, 21 April 1955 beliau memulai kariernya sebagai Asisten Dosen/Dosen Bahasa Arab pada Lembaga Bahasa di IAIN Alauddin Ujung Pandang pada tahun 1977-1982. Dan kini, beliau menjabat sebagai Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan sejak tahun 2015.

Sebagai putra Bima, Beliau menyelesaikan pendidikan dasar hingga Menengah Atas di kota Bima. Kemudian melanjutkan Strata 1 di Fakultas Adab IAIN Alauddin Makassar pada tahun 1974-1980 dan meraih gelar Doktorandus (Drs) pada Jurusan Bahasa dan Sastra Arab. Selain itu, beliau juga meraih gelar yang sama pada Fakultas Pendidikan dan Sastra IKIP Makassar Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris. Setelah menyelsaikan S1, beliau melanjutkan pendidikannya pada Program Magister, Program Pasca-Sarjana IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta dan meraih gelar M.A Bidang Ilmu Agama Islam. Gelar Doktor diraih dari program Pasca sarjana Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, tahun 1998 dalam bidang Ilmu Agama Islam, Spesialisasi Bahasa Arab. Judul Disertasi: "*Fungsi Kaidah-Kaidah Ilmu l-Bayan (Balaghah) dalam Tafsir Al-Kasysyaf*". Gelar Profesor (Guru Besar dalam bidang Bahasa Arab diraih pada Tanggal 1 Januari 1999 dan dikukuhkan pada tanggal 27 juni 1999, dengan orasi ilmiah yang berjudul: *"Huruf Al-Jarr di Dalam Al-Qur'an, Rahasia Penggunaannya dan Pengaruhnya Terhadap Penafsiran dan Istinbath Hukum"*.

Selain sebagai pengajar, Bapak 52 tahun ini juga aktif menulis. Sudah puluhan karya ilmiah yang beliau terbitkan. Mulai dari Risalah, Skripsi, Diktat dan Buku, Makalah dan Artikel, Hasil Penelitian serta Artikel-artikel dalam Ensiklopedia. Sekitar 70 Ensiklopedia yang beliau tulis. Terdiri dari Ensiklopedia Islam, Ensiklopedia Al-Qur'an dan Ensiklopedia Hukum Islam yang terhitung sejak tahun 1992 hingga tahun 1994 yang semuanya didedikasikan untuk kemudahan mempelajari dan mengajarkan Bahasa Arab bagi pembelajar dan pengajarnya.

C. PEMBELAJARAN BAHASA ARAB MELALUI MEDIA SOSIAL *FACEBOOK*

Prof. DR. Ahmad Thib Raya melaui akunnya Ahmad Thib Raya mulai mengunggah tulisannya di *Facebook* sebagai media pengajarannya sejak pertengahan Juni 2017. Berikut ini adalah

rekapitulasi postingannya tentang pembelajaran bahasa Arab periode juni 2017 sampai Februari 2018.

1. Juni 2017

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
1.	14 jun2017 22.20 p.m	Penggunaan Kata Tanya مع من ؟ (*Ma"a Man?)* Yang Dirangkai Dengan Kata Kerja Tertentu	45	1	2
2.	15 jun 2017 09.35 a.m	I'rab Di Dalam Kajian Bahasa Arab	33	2	1
3.	16 jun 2017 08.39 a.m	Unsur – Unsur I'rab	36	-	3
4.	16 jun 2017 20.17 p.m	Penggunaan kata Tanya ماذا؟(*maadza?)* Yang dirangkaikan dengan kata kerja tertentu	21	-	2
5.	17 jun 2017 12.40 p.m	Kedudukan kata (موقع الإعراب) Dalam kalimat bahasa arab	60	4	8

2. Oktober 2017

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
1.	24 okt 2017 06.36 a.m	Menggunakan Kata – Kata Yang Terkait Dengan Unsur – Unsur Yang Dimiliki Rumah	53	1	1
2.	25 okt 2017 06.49 a.m	Penggunaan Kata – Katayang Terkait Dengan Unsur – Unsur Yang Di Miliki Rumah (Part Ii)	53	-	1
3.	26 okt 2017 06.44 a.m	Kamus: Kata Benda Yang Berhubungan Dengan Rumah	65	-	3
4.	27 okt 2017 06.50 a.m	Kosa Kata Terkait Perabot Rumah	59	-	-

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
5.	28 okt 2017 06.25 a.m	Kata Kerja – Kata Kerja Yang Berhubungan Dengan Rumah	43	-	-
6.	29 okt 2017 20.41 p.m	Kata Depan Yang Dapat Dihubungkan Dengan Kata البيت	66	-	-
7.	30 okt 2017 06.29 a.m	Menyusun kalimat dengan menggunakan kata البيتyang dihubungkan dengan kata benda, kata kerja dan kata depan.	60	-	-
8.	31 okt 2017 06.32 a.m	Penggunaan Kata Ganti Yang Dirangkaikan Dengan Kata Kerja	51	-	-

3. November 2017

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
1.	1 nov 2017 06.30 a.m	Penggunaan Kata Ganti Yang Dirangkaikan Dengan Kata Kerja (II)	55	-	-
2.	2 nov 2017 07.44 a.m	Penggunaan Kata Ganti Yang Dirangkaikan Dengan Kata Kerja (III)	60	1	-
3.	3 nov 2017 06.39 a.m	Penggunaan Kata Ganti Yang Dirangkaikan Dengan Kata Kerja (IV)	53	-	-
4.	4 nov 2017 06.30 a.m	Penggunaan Kata Ganti Yang Dirangkaikan Dengan Kata Kerja (V)	69	3	-
5 .	5 nov 2017 04.42 a.m	Penggunaan Kata Keterangan Dalam Kalimat Bahasa Arab	61	1	-
6.	6 nov 2017 11.51 a.m	Penggunaan Kata Keterangan Dalam Kalimat Bahasa Arab (II)	44	-	1

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
7.	6 nov 2017 11.52 a.m	Penggunaan Kata Keterangan Dalam Kalimat Bahasa Arab (III)	55	1	-
8.	7 nov 2017 22.14 p.m	Penggunaan Kata Keterangan Dalam Kalimat Bahasa Arab (IV)	56	-	-
9.	8 nov 2017 06.37 a.m	Susunan Kata Yang Menunjukkan Milik (Kepunyaan) Kalimat Bahasa Arab	59	-	2
10.	9 nov 2017 05.56 a.m	Susunan Kata Yang Menunjukkan Milik (Kepunyaan) Kalimat Bahasa Arab (II)	48	-	-
11.	10 nov2017 11.50 a.m	Susunan Kata Yang Menunjukkan Milik (Kepunyaan) Kalimat Bahasa Arab (III)	74	7	1
12.	11 nov2017 06.29 a.m	Susunan Kata Yang Menunjukkan Milik (Kepunyaan) Kalimat Bahasa Arab (IV)	58	-	1
13.	12Nov2017 08.33 a.m	Karakteristik Susunan Kata Yang Menunjukan Milik (Kepunyaan) Dalam Kalimat Bahasa Arab	78	-	-
14.	13 nov2017 07.56 a.m	Fungsi Dan Makna Kata Inna (إنّ) Di Dalam Kalimat Bahasa Arab	61	-	2
15.	14 nov2017 07.07 a.m	Fungsi Dan Makna Kata Inna (إنّ) Di Dalam Kalimat Bahasa Arab	63	-	1
16	15 nov2017 07.16 a.m	Fungsi Dan Makna Kata Inna (إنّ) Pada Kata Jamak (Jamak) Di Dalam Kalimat	61	4	2

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
17.	16 nov2017 07.41 a.m	Cara Membaca Kata Yang Dimasuki Oleh Inna (إنّ)	49	2	1
18.	17 nov2017 05.07 a.m	Cara Membaca Kata Yang Dimasuki Oleh Inna (إنّ) (II)	67	-	1
19.	18 nov2017 20.00 p.m	Cara Membaca Kata Yang Dimasuki Oleh Inna (إنّ) (III)	57	-	-
20.	20 nov2017 06.20 a.m	Meletakkan Khabr Mubtada' Lebih Dahulu Daripada Mubtaba	63	4	3
21.	21 nov2017 07.34 a.m	Tidak Sekedar Mendahulukan Khabr Inna, Tetapi Ada penegasan Maknanya.	55	7	1
22.	22 nov2017 07.31 a.m	Penegasan Makna Juga Terjadi Pada Kalimat Nominal Dan Kalimat Verbal	36	-	-
23.	23 nov2017 07.03 a.m	Kata – Kata Yang Digunakan Untuk Menegaskan Makna	50	1	3
24.	24 nov2017 07.21 a.m	Beberapa Contoh Penegasan Kalimat Di Dalam Ayat – Ayat Al-Qur'an	45	1	1
25.	25 nov2017 07.51a.m	Kata Kerja Intransitif Dalam Bahasa Arab	42	-	-
26.	26 nov2017 07.55 a.m	Kata Kerja Intransitif Dalam Bahasa Arab (II)	43	1	2
27.	27 nov2017 09.30 a.m	Penggunaan Kata Kerja Intransitif Dalam Bahasa Arab	48	1	1
28.	28 nov2017 07.41 a.m	Penggunaan Kata Kerja Intransitif Dalam Bahasa Arab (II)	56	8	2
29.	29 nov2017 07.27 a.m	Kata Kerja Intransitif (اللازم) Dan Transitif (المتعدى)	58	1	3

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
30.	30 nov2017 06.28 a.m	Menentukan Kata Kerja Intransitif (اللازم) Dan Transitif (المتعدى)	55	2	4

4. Desember 2017

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
1.	1 des2017 07.53 a.m	Penggunaan kata kerja Intransitif (اللازم) dan transitif (المتعدى)	51	-	1
2.	2 des2017 07.16 a.m	Penggunaan kata kerja Intransitif (اللازم) dan transitif (المتعدى)	58	-	-
3.	3 des2017 07.14 a.m	Cara membuat kata kerja Intransitif(اللازم) menjadi transitif (المتعدى)	59	-	1
4.	4 des2017	Jawaban atas tugas membuat kata kerja Intransitif (اللازم) menjadi transitif (المتعدى)	68	1	2
5.	5 des 2017 08.09. a.m	Beberapa ayat yang menggunakan kata kerja Intransitif (اللازم) dan transitif (المتعدى)	45	-	-
6.	6 des2017	Perbedaan makna antara bentuk kata kerja transitif	51	3	3
7.	7 des2017 10.12 a.m	Penggunaan kata نـزل (Nazala) أنزل(Anzala) dan نزّل (Nazzala) dalam Al-Qur'an serta perbedaan maknanya	71	2	3
8.	8 des 2017 06.47 a.m	Penggunaan kata كـرم (Karuma), أكـرم (Akrama) dan كـرّم (Karrama)	53	-	2
9.	9 des2017 09.32 a.m	Kata kerja transitif dalam bahasa arab	59	1	1

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
10.	10des2017 17.50 p.m	Membentuk kata kerja Intransitif (اللازم) menjadi Transitif (المتعدى)	78	5	1
11.	11des2017 13.30 p.m	Bentuk kata kerja transitif yang lain	37	-	-
12.	12des2017 08.28 a.m	Pembagian kata kerja:yang sempurna (الفعل التام) dan yang kurang (الفعل الناقص)	47	1	3
13.	13des2017 06.07 a.m	Kata kerja – kata kerja yang kurang (الأفعال الناقصة)	53	2	1
14.	14des2017 07.35 a.m	Penggunaan kata kerja كان(Kaana)	57	12	5
15.	15des2017 07.02 a.m	Penggunaan kata kerja كان (Kaana) II	54	1	3
16.	16des2017 09.15 a.m	Penggunaan kata kerja كان (Kaana) III	31	-	1
17.	17des2017 07.12 a.m	Penggunaan kata kerja كان (Kaana) IV	44	1	-
18.	18 des2017 06.25 a.m	Penggunaan kata kerja كان (Kaana) V	53	1	1
19.	19des2017 07.-8 a.m	Analisis kedudukan kata dalam susunan kalimat yang menggunakan kata kerja كان(Kaana)	39	1	-
20.	20des2017 09.05 a.m	Susunan kalimat yang menghubungkan kata ganti dengan kata kerja كان (Kaana)	37	-	1
21.	21des2017 07.06 a.m	Makna kata kerja كان (Kaana)	48	1	-
22.	22 des2017 08.09 a.m	Makna kata kerja كان (Kaana)	38	-	3
23.	23 des2017 05.42 a.m	Penggunaan dan makna kata kerja كان (Kaana) di dalam Al Qur'an	51	1	1
24.	24 des2017 05.52 a.m	Penggunaan danMakna kata kerja كان (Kaana)	62	1	3

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
25.	25 des2017 07.02 a.m	Penggunaan kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab	55	-	1
26.	26 des2017 08.46 a.m	Ism Faa'il sebagai khabr kata kerja كان(Kaana) di dalam kalimat bahasa arab	63	1	3
27.	27 des2017 08.36 a.m	Ism Maf'uul (إسم المفعول) sebagai Khabr kata kerja كان (Kaana)	56	-	6
28.	28 des2017 07.13 a.m	Ism Maf'uul (إسم المفعول) sebagai Khabr kata kerja كان (Kaana) II	49	6	3
29.	29 des2017 06.58 a.m	Al-Jaar dan Al- Majrul (الجار والمجرور) sebagai Khabr kata kerja كان (Kaana) di dalam kalimat bahasa arab	56	6	3
30.	30 des2017 07.14	Keterangan tempat (ظرف المكان) sebagai kata kerja كان (Kaana)	68	2	1
31.	31des2017 06.54 a.m	Khabr كان (Kaana) didahulukan daripada Ism-nya	50	-	2

5. Januari 2018

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
1.	1Jan2018 07.2 a.m	Rangkuman pola kalimat yang tersusun dari kata kerjaكان (Kaana) di dalam kalimat bahasa arab	74	1	3
2.	2Jan2018 06.55 a.m	Khabr كانdari Fi'il (kata kerja)	58	-	4
3.	3Jan2018 06.50 a.m	Khabr كان dari Fi'il (kata kerja) II	61	1	3

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
4.	4Jan2018 06.45 a.m	Bentuk-bentuk kata kerja sekarang (فعل مضارع) dari kata kerja Kaana (كان)	49	-	-
5.	5Jan2018 06.52 a.m	Bentuk-bentuk kata kerja sekarang (فعل مضارع) dari kata kerja Kaan-A (كان)II	37	-	1
6.	6Jan2018 06.53 a.m	Bentuk-bentuk kata kerja sekarang (فعل مضارع) dari kata kerja Kaana (كان)III	54	1	-
7.	7Jan2018 07.52 a.m	Bentuk-bentuk kata kerja sekarang (فعل مضارع) dari kata kerja Kaana (كان)IV	64	1	2
8.	8Jan2018 07. 40 a.m	Bentuk-bentuk kata kerja sekarang (فعل مضارع) dari kata kerja Kaana (كان)V	68	1	4
9.	9Jan2018 09.19 a.m	Penggunaan bentuk-bentuk kata kerja perintah (فعل أمر) dari kata kerja Kaan-A (كان) dalam kalimat bahasa arab	64	1	2
10.	10Jan2018 07.35 a.m	Penggunaan bentuk-bentuk kata kerja perintah (فعل أمر) dari kata kerja Kaana (كان) dalam kalimat bahasa arab (II)	60	-	-
11.	11Jan2018 07.09 a.m	Analisis kedudukan kata dalam kalimat yang menggunakan kata kerja Kaana (كان)	55	-	5
12.	12Jan2018 11.24 a.m	Menganalisis kata-kata yang terdapat di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana)	76	-	2

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
13.	13Jan2018 06.18 a.m	Menganalisis kata-kata yang terdapat di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana) II	69	-	4
14.	14Jan2018 06.31 a.m	Menganalisis kata-kata yang terdapat di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaan-A) III	73	-	-
15.	15Jan2018 07.40 a.m	Menganalisis kata-kata yang terdapat di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana) IV	64	-	2
16.	16Jan2018 06.16 a.m	Menganalisis kata-kata di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana) yang terhubung dengan kata ganti	63	-	4
17.	17Jan2018 06.28 a.m	Menganalisis kata-kata di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana) yang terhubung dengan kata ganti (II)	59	3	3
18.	18Jan2018 07.32 a.m	Menganalisis kata-kata di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana) yang terhubung dengan kata ganti orang kedua laki-laki	62	-	1

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
19.	19Jan2018 06.51 .m	Menganalisis kata-kata di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana) yang terhubung dengan kata ganti orang kedua perempuan	72	-	1
20.	20Jan2018 08.16 a.m	Menganalisis kata-kata di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja كان (Kaana) yang terhubung dengan kata ganti orang pertama laki-laki	52	-	1
21.	21Jan2018 07.01 a.m	Menganalisis kata-kata di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja (كان Kaana) yang terhubung dengan kata ganti orang pertama perempuan	62	-	1
22.	22Jan2018 06.53 a.m	Cara menentukan tanda BINA' (Tanda baca tetap) pada kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab	57	-	1
23.	23Jan2018 06.32 a.m	Cara menentukan tanda BINA' (Tanda baca tetap) pada kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab (II)	61	-	-
24.	24Jan2018 08.40 a.m	Cara menentukan tanda BINA' (Tanda baca tetap) pada kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab (III)	52	-	-

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
25.	25Jan2018 06.37 a.m	Rangkuman tanda BINA' (Tanda baca tetap) pada kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab	56	-	1
26.	26Jan2018 08.14 a.m	Cara menentukan tanda baca kata kerja bentuk sekarang (فعل مضارع) dari kata kerja كان(Kaana) dalam kalimat bahasa arab	74	-	2
27.	27Jan2018 06.45 a.m	Cara menentukan tanda baca kata kerja bentuk perintah (فعل أمر dari kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab (II)	65	4	3
28.	28Jan2018 08.46 a.m	Cara menentukan tanda baca kata kerja bentuk perintah (فعل_ أمر dari kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab (III)	48	-	1
29.	29Jan2018 06.56 a.m	Cara menentukan tanda baca kata kerja bentuk perintah (فعل_ أمر dari kata kerja كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab (IV)	59	-	1
30.	30Jan2018 07.12 a.m	Cara menentukan ISM (subjek) kata kerja lampau كان (Kaana) dalam kalimat bahasa arab	52	-	-
31.	31Jan2018 06.22 a.m	Cara menentukan ISM (subjek) kata kerja sekarang يكون (yakuunu) dalam kalimat bahasa arab	61	-	3

6. Februari 2018

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
1.	1Feb2018 07.32 a.m	Cara menentukan ISM (subjek) kata kerja perintah (كن) dalam kalimat bahasa arab	38	-	1
2.	2Feb2018 07.16 a.m	Arti dari kata kaan-a dalam bentuk lampau (فعل ماض), bentuk Mudhari (فعل مضارع) dan kata kerja perintah (فعل أمر)	51	-	-
3.	3Feb2018 07.27 a.m	Arti dari kata kaan-a dalam bentuk lampau (فعل ماض), bentuk Mudhari (فعل مضارع) dan kata kerja perintah (فعل أمر)II	51	1	2
4.	4Feb2018 07.59 a.m	Kesimpulan dari uraian-uraian mengenai kaana (كان)	44	1	2
5.	5Feb2018 06.10 a.m	Saudara-saudara kaana (أخوات كان)	46	-	2
6.	6Feb2018 06.15 a.m	Beberapa contoh penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab	53	-	-
7.	7Feb2018 07.51 a.m	Beberapa contoh penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab (II)	76	1	3
8.	8Feb2018 05.22 a.m	Beberapa contoh penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab (III)	46	1	4

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
9.	9Feb2018 07.10 a.m	Beberapa contoh penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab (IV)	30	-	1
10.	10Feb2018 09.02 a.m	Penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab	39	-	1
11.	11Feb2018 07.10 a.m	Penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab (II)	35	-	-
12.	12Feb2018 06.18 a.m	Penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab (III)	43	-	1
13.	13Feb2018 04.47 a.m	Beberapa contoh penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab	45	1	3
14.	14Feb2018 07.56 a.m	Beberapa contoh penggunaan saudara-saudara kaana (أخوات كان) dalam kalimat bahasa arab (II)	41	-	1
15.	15Feb2018 09.02 a.m	Keunikan penggunaan ليس Dalam kalimat bahasa arab	52	-	2
16.	16Feb2018 06.53 a.m	Contoh-contoh penggunaan ليس. Dalam al-qur'an	48	1	2
17.	17Feb2018 10.32 a.m	Contoh-contoh penggunaan ليس. Dengan BI (بـ) dalam al-qur'an	53	2	-

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
18.	18Feb2018 07.37 a.m	Uraian mengenai kedudukan kata di dalam kalimat yang menggunakan kata ليس dalam kalimat bahasa arab	38	-	3
19.	19Feb2018 08.58 a.m	Latihan menentukan kedudukan kata dalam kalimat yang di dalamnya terdapat كان (kaana) dan saudara-saudaranya	54	-	2
20.	20Feb2018 06.41 a.m	Jawaban atas latihan menentukan kedudukan kata dalam kalimat yang di dalamnya terdapat كان (kaana) dan saudara-saudaranya	40	-	-
21.	21Feb2018 07 a.m	Jawaban atas latihan menentukan kedudukan kata dalam kalimat yang di dalamnya terdapat كان (kaana) dan saudara-saudaranya (II)	42	-	1
22.	22Feb2018 08.59 a.m	Ism (subjek) dari كان وأخواتها (kaana dan saudara-saudaranya)	32	-	1
23.	23Feb2018 21.30 p.m	Ism (subjek) dari كان وأخواتها (kaana dan saudara-saudaranya) (II)	47	-	-
24.	24Feb2018 06.06 a.m	Khabr (predikat) dari كان وأخواتها (kaana dan saudara-saudaranya)	32	-	-
25.	25Feb2018 06.31 a.m	Khabr (predikat) dari كان وأخواتها (kaana dan saudara-saudaranya) II	35	1	1
26.	26Feb2018 07.40 a.m	Khabr (predikat) dari كان وأخواتها (kaana dan saudara-saudaranya) III	50	2	1

No	Tanggal/ Pukul	Judul Postingan	Respon Netizen		
			Like	Comment	Share
27.	27Feb2018 07.44 a.m	Khabr (predikat) dari كان وأخواتها(kaana dan saudara-saudaranya) IV	45	3	1
28.	28Feb2018 07.30 a.m	Rangkuman dari pembahasan كان وأخواتها(kaana dan saudara-saudaranya)	47	-	1

Postingan Prof. DR. H. Ahmad Thib Raya., M.A dari bulan Juni 2017- Februari 2018 (1- 6) mengenai pengajaran bahasa arab melalui media *Facebook* cukup mendapat respon dari netizen. Jika saja netizen rutin membaca postingan pembelajaran bahasa Arab tersebut maka secara tidak langsung akan memperkaya pengetahuan mereka tentang bahasa Arab dan dapat mengimplementasikan apa yang terdapat dalam postingan tersebut.

D. RESPON NETIZEN TERHADAP PENGAJARAN BAHASA ARAB DI FACEBOOK

1. *Netizen*

Pengguna media sosial biasa disapa *warganet* atau *netizen*. Warganet atau netizen adalah sebuah lakuran dari kata warga (citizen) dan internet yang artinya *warga internet* (citizen of the net). Kata tersebut menyebutkan seseorang yang aktif terlibat dalam komunitas maya atau internet pada umumnya. Istilah tersebut juga umum digunakan atau ditujukan pada kepentingan dan kegiatan aktif di internet, menjadikannya wadah sosial dan intelektual atau struktur politik di sekitarnya khususnya terkait akses terbuka, netralitas internet dan kebebasan berbicara.

Menurut Gulo (1996) Respon adalah suatu reaksi atau jawaban yang bergantung pada stimulus atau merupakan hasil stimulus tersebut. Individu manusia berperan serta sebagai pengendali antara stimulus dan respon sehingga yang menentukan bentuk respon individu terhadap stimulus adalah stimulus dan faktor itu sendiri.

Reaksi netizen di dunia maya terhadap suatu kegiatan di jejaring media sosial memiliki respon yang berbeda. Apabila respon positif maka orang yang bersangkutan cenderung untuk menyukai atau mendekati objek. Sedangkan respon negatif cenderung untuk menjauhi objek tersebut. Oleh karena itu, kearifan para netizen dalam merespon harus memperhatikan etikanya. Karena dampak dari respon tersebut akan sulit diprediksi, apalagi kalau kontennya melanggar kepatutan, etika, nilai – nilai dalam masyarakat, budaya dan norma hukum. (PH. Kementerian Perdagangan RI, 2014).

2. Respon *Netizen* terhadap Pengajaran Bahasa Arab di *Facebook*

Dalam setiap postingan Prof. DR. H. Ahmad Thib Raya setiap harinya mendapat respon yang berbeda dari para netizen. Terhitung sejak pertama kali beliau memposting tentang pembelajaran bahasa arab di bulan Juni 2017 (1) pertanggal 14 Juni sampai 17 Juni, beliau melakukan 5 kali postingan dengan judul yang berbeda-beda. Dengan akumulasi 195 *like,*7 *Comment* dan 16 *share*. Dengan rincian sebagai berikut: Pada bulan ini (1) postingan yang paling banyak di *like* netizen berjudul "*Kedudukan kata* موقع الإعراب *dalam kalimat bahasa arab".* Postingan ini mendapatkan 60*like* dari netizen. Postingan ini juga mendapat4*Comment* dari netzen dan di *share* sebanyak 8 kali. Dari 4 *comment* pada postingan tersebut hanya ada 1(satu) *comment* yang berhubungan dengan postingan ini yaitu oleh Meiry Noor: *"Izin share Prof".* Postingan ini di buat di Jakarta-Matraman, Sabtu pagi, tanggal 17 Juni 2017.

Pada postingan bulan Oktober 2017 (2) pertanggal 24 oktober sampai 31 oktober 2017, beliau memposting sebanyak 8 kali tentang pengajaran bahasa arab di facebook. Reaksi netizen berbeda dengan postingan di bulan sebelumnya (1). Pada bulan ini, total ada 450 *like, 1 comment* serta *4 share* namun terdapat perbedaan respon antara yang paling banyak di *like, comment* dan *Share.* Postingan yang paling banyak di *like* oleh netizen berjudul *"Kata depan yang dapat dihubungkan dengan kata* البيت*".* Postingan ini mendapatkan 66 *like*, tetapi tidak satupun

netizen meng-*comment* ataupun meng-*share* postingan tersebut. Postingan ini dibuat di Jakarta-Matraman, Ahad malam, tanggal 29 0ktober 2017. Postingan yang mendapat *comment* terbanyak berjudul "*Kamus: Kata benda yang berhubungan dengan rumah".* Postingan pertanggal 26 oktober 2017, kamis pagi, Jakarta-Matraman, mendapatkan 3 *comment* dari netizen. Dari ke-3 *Comment* tersebut, ada netizen yang mengapresiasi postingan tersebut dengan menuliskan "*Alhamdulillah bisa belajar´*. Adapun postingan yang paling banyak di *share* oleh netizen berjudul *"Kamus: kata benda yang berhubungan dengan rumah".* Tulisan ini *diposting* pada tanggal 26Oktober 2017(pukul: 06.44 a.m) di bagikan sebanyak 3 kali oleh netizen.

Selama November 2017 (3), Prof. Ahmad Thib Raya setiap hari rutin memposting tulisannya mengenai Pengajaran Bahasa Arab di Facebook. Total 30 postingan beliau di bulan ini (3) dengan tema yang berbeda. Postingan yang paling banyak mendapatkan *like* berjudul " *Karakteristik Susunan Kata Yang Menunjukkan milik (Kepunyaan)dalam kalimat Bahasa Arab".* Tulisan yang diunggah pada tanggal 12 November 2017, pukul: 08.33 a.m ini di mendapatkan 78 *like* dari netizen tetapi tidak seorang pun dari netizen tersebut yang mengomentari ataupun membagikan postingan ini. Justru postingan yang paling banyak dikomentari netizen berjudul "*penggunaan kata kerja Intransitif dalam bahasa arab (II)"* yang di posting pada 28 November 2017, Jam 07.41 a.m. tulisan ini mendapatkan 8 *comment*, 56 *like* dan 2 kali di*share* oleh netizen. Bahkan, Sudirman Daud –salah satu *follower*– memberikan komentar yang sangat positif tentang postingan ini. Dan tulisan yang paling banyak di *share* pada bulan November ini berjudul *"Menentukan kata kerja Intransitif* (اللازم) *dan Transitif* (المتعدى)*".* Postingan ini diunggah pada Kamis pagi, tanggal 30 November 2017. Selain di *share* sebanyak 4 kali, tulisan ini juga mendapatkan 2 *comment* yang sangan positif dari pembacanya dan sebanyak 55 orang menyukai tulisan ini.

Sama seperti halnya di November 2017, Desember 2017, Ahmad Thib Raya pun tetap rutin mengupload tulisannya. Sebanyak 31 tulisan

yang beliau posting di bulan ini (4). Dengan tema yang berbeda dan tentu saja dengan respon netizen yang berbeda pula di setiap postingannya. Di bulan ini (4) Pengajaran Bahasa Arab yang paling banyak di sukai oleh netizen berjudul "*Membentuk kata kerja Intransitif* (اللازم*) menjadi Transitif* (المتعدى *)".* sebanyak 78 *like,* 5 *comment* serta1 kali *share* dilakukan *netizen* terhadap tulisan ini. Tulisan ini diposting pada 10 Desember 2017 pada pukul; 17.50 P.M. Selanjutnya, pada 14–18 Desember 2017, beliau mengajarkan "*Penggunaan kata kerja* كان *(Kaana)".* Judul ini sangat menarik perhatian *netizen*. Hal ini dapat di lihat pada tabel 4, setiap harinya lebih dari 30 orang netizen yang merespon dengan me–*like* tulisan yang diposting pada tanggal tersebut dan selalu ada saja yang memberikan komentanya. Tetapi, tulisan yang paling banyak mendapat komentar adalah tulisan yang di posting pada 14 Desember 2017, pukul; 07.35 A.M yaitu sebanyak 12 *comment.* Selain mendapatkan komentar terbanyak, tulisan ini juga disukai 57 netizen serta 5 netizen men–*share* postingan ini. "*Ism Maf'uul* (إسم المفعول*) sebagai khabr kata kerja* كان *(Kaana di dalam kalimat bahasa Arab"* merupakan tulisan yang paling banyak di*share* oleh *netizen*. Tulisan yang diposting pada 27 Desember 2017, pukul 08.36 A.M ini tercatat 6 kali dibagikan dan mendapatkan 56 *like* dari pembacanya.

Di awal 2018, Ahmad Thib Raya tetap aktif mengupload tulisannya mengenai Pengajaran Bahasa Arab. Sebanyak 31 tulisan yang diupload pada bulan Januari 2018 (5). Pada bulan ini (5), Sebanyak 48 – 76 orang netizen yang merespon tulisan beliau dengan me- *like* setiap harinya. Bahkan tercatat ada 4 tulisan beliau yang mendapatkan lebih dari 70 *like* di bulan ini (5). Tulisan yang berjudul " *Menganalis kata-kata yang terdapat di dalam kalimat yang tersusun dari kata kerja* كان *(kaana)* merupakan tulisan beliau yang cukup panjang pemaparannya. Berdasarkan tabel bulan Januari (5) dapat dilihat, beliau membagi tulisan ini menjadi 4 bagian dan salah satu dari keempat tulisan ini mendapatkan *like* terbanyak. Sebanyak 76 netizen yang memberikan jempolnya (*like)*dan 2 orang di antaranya membagikan kembali (*share)* tulisan ini. Sayangnya, tidak satu

orangpun dari mereka yang memberikan komentar tentang tulisan yang diposting di Kampung Salama, Kota Bima, Jum'at Pagi, tanggal 12 Januari 2018 ini. Di bulan ini (5), tulisan yang mendapat *comment* terbanyak berjudul "*cara menentukan tanda baca kata kerja perintah* (فعل أمر) *dari kata kerja* كان *(Kaana) dalam kalimat bahasa arab".* Tercatat ada 4 komentar pada tulisan ini yang di posting Sabtu pagi (06.45 a.m), 27 Januari 2018. Selain itu, tulisan ini juga mendapatkan 65 *like* dan 3 kali dibagikan kembali oleh pembacanya. Sedangkan untuk tulisan yang paling banyak dibagikan (*share)* oleh netizen adalah tulisan yang diposting pada hari Kamis pagi, 11 Januari 2018. Tulisan tersebut berjudul *"analisis kedudukan kata dalam kalimat yang menggunakan kata kerja kaana* (كان). Tulisan ini dibagikan kembali sebanyak 5 kali dan mendapat 55 jempol dari netizen walau tidak seorang pun yang memberikan komentarnya tentang postingan ini.

Sayangnya, di bulan Februari 2018 (6) respons netizen terhadap tulisan beliau agak menurun jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya (5). Rata–rata netizen yang merespon tulisan ini hanya berkisar antara 30–76 orang netizen yang memberikan jempolnya. Untuk tulisan yang mendapatkan jempol terbanyak berjudul "*beberapa contoh penggunaan saudara – saudara kaana* (أخوات كان) *dalam kalimat bahasa arab".* Tulisan yang diposting pada hari Rabu pagi, tanggal 7 Februari 2018 mendapatkan 76 *like* dan 1 *comment* serta 3 kali dibagikan (*share)* oleh netizen. Netizen banyak memberikan komentarnya untuk tulisan yang diposting pada tanggal 27 Februari 2018. Ada 3 orang netizen yang berkomentar pada tulisan yang berjudul *"khabr (predikat) dari* أخوات كان *(kaana dan saudara-saudaranya)".* Selain itu, tulisan ini juga mendapatkan 45 *like* dan 1 kali dibagikan oleh pembacanya. Sedangkan untuk tulisan yang paling banyak dibagikan di bulan ini (6) berjudul *"beberapa contoh penggunaan saudara – saudara kaana* ((أخوات كان) *dalam kalimat bahasa arab" (part 3).* Tulisan ini diposting pada hari Kamis pagi, 8 Februari 2018.

Memperhatikan banyaknya respon netizen terhadap tulisan yang di posting oleh Prof. Ahmad Thib Raya sejak Juni 2017 hingga

Februari 2018 maka setidaknya ada 4 manfaat atau dampak positif yang diperoleh netizen dari tulisan tentang Pengajaran bahasa arab di *Facebook* ini. *Pertama*, netizen dapat menambah wawasannya. Pembaca postingan ini dapat menambah pengetahuan bahasa Arabnya dengan membaca penjelasan-penjelasan pembelajaran bahasa Arab tanpa harus kuliah atau memprogram khusus mata kuliah bahasa Arab di kampus tertentu. *Kedua*, netizen tidak perlu mengeluarkan dana atau anggaran lebih untuk dapat belajar bahasa Arab. *Ketiga*, netizen dapat berinteraksi langsung dengan penulis pada kolom komentar jika membutuhkan penjelasan tentang pemaparan materi yang kurang dipahaminya pada kolom komentar tanpa harus bertemu secara langsung. Yang terakhir, dengan adanya netizen yang membagikan kembali (*share)* tulisan tersebut maka akan membuka peluang bagi orang lain (yang tidak ber '*teman*' dengan penulis di *Facebook*) untuk ikut belajar dan menambah pengetahuannya dalam berbahasa Arab.

E. KESIMPULAN

Facebook memiliki peran dan fungsi sebagai media sosial yaitu kesederhanaan dalam penggunaannya, jangkauannya global sehingga memudahkan *netizen* membangun hubungan yang memungkinkan penggunanya untuk melakukan komunikasi dua arah dan dengan sistem *tracking* yang mudah, informasi yang disampaikan dalam bentuk tulisan atau postingan dapat diukur dengan mudah. Penulis dapat mengetahui daya tarik tulisannya dengan melihat berapa banyak netizen yang menyukai postingannya (*like)* di setiap postingannya. Dapat berbagi informasi lebih dengan netizen yang membutuhkan penjelasan lebih tentang materi tulisan yang belum dipahami di kolom komentar (*comment)* dan netizen dapat pula membagikan kembali tulisan yang diposting (*share)* agar lebih banyak orang yang dapat membaca tulisan tersebut.

Ahmad Thib Raya jeli menggunakan media sosial sebagai media pengajarannya. Sebagai dosen bahasa Arab, beliau memberi kemudahan kepada *netizen* untuk belajar bahasa Arab tanpa harus

kuliah atau memprogram khusus mata kuliah tersebut. Dengan begitu, belajar bahasa Arab tidak harus dilakukan secara formal di kampus tetapi dapat juga dijangkau oleh pengguna *Facebook* lainnya melalui postingannya.

REFERENSI

Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. (Cetakan ke-3) Jakarta: Balai Pustaka.

Gunawan, F. (2012). Cyberspace dan Bahasa Alay. *Kandai: Jurnal Bahasa dan Sastra*, *8*(2), 137-147.

Mustafa, S. E., & Hamzah, A. (2011). Media baharu yang baharu: Trend penggunaan jaringan sosial dalam kalangan pengguna di Malaysia. *Jurnal Pengajian Media Malaysia*, *13*(2), 93-110.

Patria, L., & Yulianto, K. (2011). Pemanfaatan Facebook untuk Menunjang Kegiatan Belajar Mengajar Online Secara Mandiri.

Pusat Humas Kementrian Perdagangan Republik Indonesia. (2014). *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementrian Perdagangan RI.* Jakarta: Kementrian Perdagangan Republik Indonesia.

Sugiono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

SENTIMEN AGAMA, KEBENCIAN, DAN KETERSINGGUNGAN DI MEDIA SOSIAL

Leni Winarni
Universitas Sebelas Maret Surakarta
leniwinarni@staff.uns.ac.id

A. PENDAHULUAN

Sebelum menjelaskan diskursus antara agama, media sosial dan fenomena ketersinggungan, ada baiknya kita melihat kembali bagaimana media sosial itu tercipta. Sebuah gambaran bagaimana revolusi teknologi telah menjadi bagian yang penting dalam peradaban manusia di era digital. Hal yang terkadang kita abaikan bahwa media sosial yang bermula dari *social networking* pada awalnya terdengar sangat positif, kemudian dapat menjadi dua sisi mata uang dalam kehidupan sosial masyarakat, bahkan pada sisi yang hakiki yaitu agama.

Penemuan *The World Wide Web* pada tahun 1991 oleh Tim Beners-Lee (van Dijck, 2013) rupanya telah membuat lompatan yang jauh terhadap revolusi teknologi informasi. Pengembangan *networked communication* melalui Internet yang merupakan cikal bakal generasi sesudahnya, telah menciptakan *weblog*, *list-servers*, dan *e-mail services* yang pada masa itu ditujukan untuk menunjang komunitas *online* atau sebagai pendukung bagi komunitas *offline*.

Namun, lebih dari satu dekade setelahnya, *networked communication* tidak hanya bersifat penunjang, namun menjadi *generic services* bagi penggunanya. Setiap orang dengan mudah dapat mengakses, terlibat secara aktif dalam komunitas atau bahkan membentuk komunitas yang ia inginkan, tetapi pelayanan tersebut tidak akan secara otomatis menghubungkan kita dengan yang lainnya. Lebih lanjut, Van Dijck (2013) menjelaskan perkembangan pesat *networked communication* menjadi lebih interaktif menandai millennium baru dengan ditemukan Web 2.0 yang lebih canggih, memungkinkan

koneksi *online*, seperti infrastruktur global yang menghubungkan *world village*. Jadilah dunia yang *borderless*, masyarakat internasional yang tanpa batas.

Sementara itu, Ann Marie van den Hurk (2013) menyatakan bahwa *e-mail* telah dikembangkan pada akhir tahun 1970-an bersamaan dengan *bulletin board systems* (BSSs) untuk mendistribusikan data dari sambungan telepon. Ia juga menekankan bahwa GeoCities yang didirikan pada tahun 1994 adalah web *social networking* generasi pertama dimana penggunanya dapat membuat *website* mereka sendiri. Secara ringkas Hurk (2013) menjelaskan perkembangan *social networking* setelah generasi pertama yaitu diciptakannya AOL Messenger pada tahun 1997, kemudian Friendster pada tahun 2002, hingga pada pertengahan tahun 2000-an menjadi momentum bagi perkembangan yang sangat pesat dari *social networking*. Hurk menyebutnya sebagai *explosion of social networking sites*, dimana MySpace, LinkedIn, Facebook, YouTube, Twitter, Pinterest, Instagram, dan sebagainya menjadi bagian dari budaya pop global. Ia menggambarkan bagaimana Internet memberikan kecepatan yang luar biasa dalam mendapatkan audiensnya. Untuk mencapai 50 juta penggunanya, jika radio memerlukan waktu selama 38 tahun, maka televisi selama 13 tahun, dan Internet hanya memerlukan 4 tahun. Bahkan Facebook hanya dalam kurun waktu kurang dari satu tahun telah menjangkau sekitar 200 juta pengguna di seluruh dunia. Suka atau tidak kita telah terhubung dengan *social networking* atau yang kita kenal sebagai media sosial.

Dalam kesempatan yang lain, kita akan melihat fenomena dimana sebagian besar setiap orang yang punya akses terhadap internet memiliki akun media sosial, bahkan lebih dari satu. Generasi milenial atau setidaknya mereka yang menjadi bagian dari abad ke-21, menjadikan Internet sebagai daya tarik kehidupan. Bagian terparahnya adalah mereka tidak dapat hidup tanpa Internet dan media sosial. Dalam beberapa tampilan iklan sosial bernada satir, kita seringkali menangkap pesan bahwa 'media sosial telah mendekatkan yang jauh

dan menjauhkan yang dekat dengan kita'. Gambaran yang lebih ekstrim akan efek negatifnya adalah begitu mudahnya memprovokasi massa melalui media sosial. Kita akan mengingat bagaimana media sosial mampu menggerakkan Arab Springs yang diawali dengan gelombang revolusi dan protes di Tunisia dan Mesir pada 18 Desember 2010 lalu yang diduga dipicu oleh ketimpangan sosial (Korotayev dan Zinkina, 2011), hingga akhirnya mempengaruhi sebagian besar negara-negara Timur Tengah lainnya. Sampai saat ini beberapa masih berkutat dengan perang saudara, seperti Suriah.

Meskipun tidak selamanya media sosial memberikan dampak yang negatif, namun hal ini sangat dipengaruhi oleh persepsi pengguna. Ibarat pasar, internet adalah *market* yang sangat besar dimana media sosial menjadi bagian di dalamnya. Analoginya adalah di pasar kita dapat menemukan barang yang baik atau tidak, juga barang yang sebenarnya tidak terlalu kita butuhkan namun cukup menarik perhatian karena iklan yang luar biasa, begitu juga internet. Kita tidak dapat menyalahkan bagaimana sistem itu bekerja di internet, namun menjadi pengguna internet yang cerdas adalah sebuah pilihan. Bagaimanapun media sosial memberikan banyak kemudahan bagi manusia. Kita dapat menggenggam informasi dari seluruh dunia dan terhubung dengan mereka di benua lain lewat perangkat kecil bernama *smartphone*, revolusi teknologi informasi yang bahkan tidak pernah terbayangkan satu dekade lampau.

B. MEDIA SOSIAL DAN TANTANGAN ERA DIGITAL

Pada sisi yang negatif, media sosial sejak kemunculannya juga menjadi alat propaganda yang murah bagi berbagai gerakan radikal untuk menyebarkan pengaruhnya. Di samping itu, dengan media sosial, perekrutan anggota semakin mudah dan dapat menjangkau pengguna global yang lebih luas. Kemudian pada waktu yang bersamaan, media sosial telah menciptakan istilah kreatif dengan penambahan kata '*online*' di belakangnya; *marxist online*, *radical online*, *terrorist online* dan lainnya. Istilah-istilah baru dari bahasa dunia maya pun dengan cepat menjadi trend yang lazim, seperti *haters, lovers, tweet,*

ping, e-commerce, dan sebagainya. Suka atau tidak, kita telah menjadi bagian trend global dalam dunia yang sebenarnya kita desain. Kita mengambil bagian dalam media sosial, bahkan pada hal yang sebenarnya tidak terhubung dengan diri kita sendiri. Mereka dalam komunitas media sosial berperan sebagai komentator, penyebar *hoax*, pemberi informasi dan publikasi, ahli propaganda, dan pada dasarnya bermuara pada mereka yang berperan sebagai penyerap berita atau informasi. Pada peranan yang terakhir ini adalah mereka yang kurang memiliki *knowledge* dan kehati-hatian, emosional yang kurang stabil serta cepat terpengaruh atau terprovokasi menjadi sasaran atau target dari pemeran pada kategori pertama.

Misalnya saja, sebelum kampanye Donald Trump yang terkesan rasis namun populer di media sosial dan mengantarkannya sebagai orang nomor satu di Amerika Serikat pada tahun 2016 lalu, kampanye hitam telah menjadi komoditi efektif dan jalan pintas dalam politik untuk mencapai kekuasaan. Hanya saja ketika hal itu memasuki ranah media sosial, isu yang dan diangkat dapat menjadi lebih bombastis.

Kasus lain yang tak kalah menyita perhatian publik nasional adalah isu pada Pilkada (Pemilihan Kepala daerah) Jakarta. Gelombang protes terbesar dalam sejarah Pilkada di Indonesia, bukan karena melibatkan ummat Islam sebagai agama mayoritas, namun juga isu sensitif yang mengemuka dalam protes tersebut, yaitu tuntutan protes terhadap Basuki Tjahja Purnama atau yang akrab disapa Ahok, Gubernur Jakarta (2014-2017), yang berasal dari kalangan minoritas yang dianggap menista agama. Dalam gerakan protes yang berjilid-jilid dan menguras emosi itu, bintang utama dari musabab tersebut tak lain adalah media sosial. Kemudian diterjemahkan dengan berbagai perspektif yang tentu saja dipengaruhi oleh *knowledge* dan konstruksi di luar faktor-faktor tersebut.

Terlepas dari hal tersebut, sebenarnya kasus serupa yang terjadi seperti Pilkada DKI, bukanlah yang pertama di Indonesia. Namun, mengingat DKI Jakarta adalah ibukota negara dan isu yang diangkat adalah sangat sensitif yaitu agama, jadilah peristiwa luar biasa sebab perlu ribuan orang dan berjilid-jilid demonstrasi untuk menurunkan

sang Gubernur melalui jalur hukum. Polarisasi yang tampak adalah mereka yang mendukung Ahok dan mereka yang anti Ahok. Aksi tersebut dikenal dengan aksi bela Islam atau gerakan 212, yang dimotori oleh kelompok Islam garis keras FPI (Front Pembela Islam), yang notabenenya telah lama berseteru dengan Ahok sejak maju sebagai wakil Gubernur Jakarta mendampingi Joko Widodo sebagai Gubernur terpilih pada tahun 2012 lalu. Pada bagian ini, saya tidak akan membahas lebih jauh mengenai bagaimana hubungan antara Ahok dan FPI, namun lebih menekankan pada bagaimana ketersinggungan akan isu agama bekerja di media sosial hingga menghadirkan gelombang protes. Hal ini jelas berbeda dengan media sosial sebagai penggerak gerakan, seperti Arab Springs, pada ranah yang sensitif termasuk agama, ras, etnisitas, dan kepercayaan, media sosial memberikan kontribusi yang besar terhadap apa yang disebut *hate spin*.

C. *HATE SPIN*: KETERSINGGUNGAN DARI DUNIA MAYA

Hate spin bukanlah fenomena yang baru begitu pula dengan *hate speech*, namun kedua istilah tersebut menjadi trend global seiring dengan maraknya berita *hoax* yang kadangkala memicu kepanikan di masyarakat, khususnya di internet. Meskipun *hate speech* dan *hate spin* adalah dua istilah yang sama-sama bermuara pada kebencian, namun hakikatnya berbeda.

Hate speech dapat didefinisikan sebagai "fitnah atau pencemaran terhadap identitas grup untuk menindas anggotanya dan menolak hak-hak persamaan" (George, 2017). Identitas grup yang dimaksud tidak hanya berafiliasi terhadap kelompok marginal, namun juga dapat ditujukan pada kelompok mayoritas. *Hate speech* menyerang simbol-simbol etnisitas, sosial, politik, dan agama kelompok tertentu. Memang dalam banyak kasus, mereka yang lemah atau tergolong dalam kelompok marginal menjadi target yang relatif lebih mudah daripada kelompok mayoritas.

Bersamaan itu pula, Bikhu Parekh menyatakan bahwa untuk mendefinisikan *hate speech* atau pidato atau percakapan bermuatan kebencian dan hasutan tidak cukup hanya tentang apa yang dibicarakan, tetapi "yang penting adalah konten atau isi dari percakapan tersebut apakah hasutan tersebut mengenai individu atau kelompok tertentu dan efek jangka panjangnya pada kelompok dan masyarakat luas, bukan pada konsekuensi langsungnya terhadap '*public disorder' atau* gangguan public" (Herz dan Molnar, eds 2013). Namun *hate speech* dalam konteks tertentu tetap menjadi perdebatan apakah *hate speech* masuk dalam kategori *free speech* karena bagaimanapun kebebasan berbicara dijamin oleh undang-undang (Gitlin 2017).

Hate speech mungkin tidak akan banyak memberikan efek ketika tidak ada individu maupun kelompok yang merasa tersinggung dengan konten *speech* tersebut. Lantas bagaimana dengan yang merespon konten tersebut sebagai kebencian, maka itu adalah bentuk ketersinggungan yang telah berproses sebagai akibat dari pelintiran kebencian atau *hate spin*.

Meskipun kasus *hate speech* tidak memberikan efek yang luar biasa dan serta merta menjadi perhatian publik ataupun magnet internasional seperti kasus terorisme misalnya, namun dampaknya dapat berlangsung selama generasi. Kelompok-kelompok yang menjadi target *hate speech* akan terasing dari kehidupan sosial. Mereka mendapatkan sanksi sosial dari masyarakat dan termarginalkan akibat label yang terlanjur melekat sebagai akibat dari *hate speech*. Kasus terekstrim adalah tragedi genosida yang menjadi jejak sejarah memilukan bagi peradaban manusia. Kita dapat mencatat beberapa peristiwa sejarah seperti kasus genosida terhadap Yahudi oleh Nazi pada Perang Dunia II, tragedi Bosnia, dan kasus Rwanda pada tahun 1994 silam. Pada kasus-kasus konflik etnis di Indonesia seperti konflik Poso, konflik Maluku, dan Sampit, sangat mungkin diduga ia dipicu oleh *hate speech*. Sebab banyak versi yang memberikan kesimpangsiuran asal muasal pemantik konflik.

Berdasarkan penjelasan di atas, kita dapat menyimpulkan *hate speech* bisa jadi bagian dari *hate spin*. Sebab *hate spin* bermula dari *hate speech*, namun tidak semua *hate speech* berproses menjadi *hate spin*. Dalam hate spin, media sosial adalah sarana yang paling efektif dan efisien yang dengan cepat menjangkau masyarakat.

Hate speech dapat berproses menjadi *hate spin* ketika sedikit kreativitas dari dunia maya ikut memprovokasi peristiwa tersebut, dimana dengan cepat komunitas-komunitas online secara aktif ikut terlibat sebagai penyebar berita. Situasi ini diperparah dengan aktor *hate spin* yang melibatkan diri dan mendesain konten *hate speech* agar lebih kontroversial, maka dalam beberapa waktu yang relatif singkat, fenomena ketersinggungan menjadi viral di dunia nyata. Terlebih lagi, jika para journalis atau *Youtubers* menjadi eksekutor meng-upload video, dan artikel berisi penghasutan terutama ditujukan pada mereka yang mayoritas, hasilnya akan memicu gelombang protes bahkan mereka yang tidak terhubung dengan peristiwa tersebut dikarenakan aktor *hate spin* bekerja lebih mudah.

George (2016) dalam bukunya '*Hate Spin, The Manufacture of Religious Offense and Its Threat to Democracy*' mendefinisikan *hate spin* atau pelintiran kebencian adalah "penghinaan dan ketersinggungan yang sengaja diciptakan, dan digunakan sebagai strategi politik yang mengeksploitasi identitas kelompok guna memobilisasi pendukung dan menekan lawan". Faktanya *spin* atau pelintiran itu sendiri sering luput dari perhatian publik. Padahal pelintiran kebencian sangat mungkin sebagai penyebab berbagai kasus intoleransi akibat kampanye *hate speech* di Internet, khususnya media sosial.

Sedangkan, pelaku *hate spin* disini menurut George (2017) atau yang ia sebut sebagai wirausahawan politik '*political entrepreneurs*' adalah para elit politik, pimpinan organisasi keagamaan, media, pengusaha, dan aparat pemerintah. Lebih lanjut ia menjelaskan bahwa *political entrepreneurs* adalah pemeran utama yang memainkan orkestra dari situasi politik yang buruk sehingga fragmen pelanggaran agama *'religious offense'* dan penghinaan '*offendedness*' bukanlah wujud alami

atau refleksi keragaman manusia. Ia juga menekankan bahwa mereka '*political entrepreneurs'* memiliki dua peran utama, pertama, mereka mengeksploitasi sentimen agama yang murni dari masyarakat dan kedua, *political entrepreneurs* memanipulasi manifestasi tujuan populer yang akan berakhir dengan aksi anti-demokrasi

Sejauh ini, pelaku *hate spin* mengarah pada dua karakteristik, pertama, mereka sebagai subjek yang melakukan intoleransi dan menyakiti perasaan kelompok lain. Kedua, mereka sebagai subjek atau korban, mereka berperan sebagai pihak yang dirugikan oleh pihak lain dan tersinggung. Dalam *hate spin*, para aktornya dapat berperan sebagai pelaku maupun korban sekaligus. Sedangkan pelaku dan korban *hate spin* dalam banyak kasus bahkan tidak bersinggungan langsung dengan peristiwa atau mereka yang dianggap pemicu konflik.

Dalam beberapa kasus yang dikemukakan Cherian George (2016) dalam bukunya, isu-isu dalam *hate spin* sangat kental dengan nuansa agama. Kasus-kasus seperti Kartun Nabi Muhammad di harian Jyllands-Posten pada 2005 lalu memicu ketegangan global setelah viral di Internet. Hal yang di luar perkiraan adalah bahwa peristiwa tersebut ikut menyeret ketegangan antara pemerintahan Denmark dengan negara-negara Islam, bahkan Arab Saudi memutuskan sementara hubungan diplomatik dengan Denmark.

Pada dasarnya ketika peristiwa yang menyulut ketersinggungan dan memasuki ranah politik, maka isu tersebut menjadi *distractible.* Mengingat bahwa Islam memuat aturan kehidupan yang menyeluruh sangat berbeda dengan pemahaman mengenai agama di negara-negara sekuler seperti Eropa. Isu politis yang mencuat lainnya adalah, bahwa kasus seperti harian Jyllands-Posten mungkin bukan ditujukan untuk memicu ketersinggungan global tapi bisa jadi adalah bentuk protes terhadap gelombang imigran Islam yang masuk ke Eropa (Jensen, 2006).

Harian Jyllands-Posten hanya salah satu contoh dari sekian banyak kasus yang menjadi viral di Internet yang dengan cepat memicu reaksi yang luar biasa dari dunia Islam. Bahkan terkadang

duduk persoalannya tidak lagi sama saat pertama kali isu tersebut mencuat. Lebih daripada itu, bagaimanapun isu agama di internet dan media sosial dapat memicu konflik di dunia nyata. Agama tersebut, tidak hanya Islam, namun juga isu-isu yang memprovokasi semua agama. Untuk Indonesia yang multikultur dan memiliki resiko potensi konflik yang besar, maka penegakan hukum yang tegas adalah keharusan.

C. MILENIUM BARU, MEDIA SOSIAL DAN INTOLERANSI

Tragedi runtuhnya gedung *World Trade Center* 2001 lalu atau yang lebih dikenal dengan peristiwa *black September* oleh organisasi teroris internasional Al-Qaeda pimpinan Osama Bin Laden mengawali milenium baru. Salah satu dampak dari peristiwa tragis itu adalah semakin populernya Islam *phobia* sebab keadaan dunia memang tidak lagi sama, terutama cara pandang Barat terhadap Islam. Meskipun hingga saat ini tidak masih diperdebatkan apakah benar Al-Qaeda adalah pihak yang bertanggung jawab terhadap peristiwa tersebut atau ada konspirasi dibalik tragedi itu, namun peristiwa tersebut faktanya telah memicu ketegangan global, bahkan mempengaruhi hubungan umat Islam dengan Barat. Sentimen Islam yang terus meningkat paska peristiwa tersebut seolah membenarkan bahwa Islam adalah 'agama pedang'.

Bertolak dari tragedi *black September*, peristiwa terorisme yang mengatasnamakan Islam semakin memojokkan umat Muslim dengan cepat menjadi *headline* di Internet. Islam *phobia* menjadi marak di Barat hingga dewasa ini sebagai efek jangka panjang dari tragedi *black September*. Sebab berbagai peristiwa sesudahnya memicu serangan lanjutan dengan target warga sipil seperti tragedi pemboman dalam kurun lima tahun terahik ini di Amerika Serikat dan negara-negara Eropa, seperti Prancis, Belgia, dan sebagainya yang diprakarsai oleh imigran Islam yang mayoritas berasal dari Timur Tengah.

Sementara itu, lebih dari satu dekade setelah *black September,* Amerika Serikat telah menumbangkan negara-negara yang dituduh

berafiliasi dengan terorisme *seperti* Irak dan Afganistan. Namun, kenyataannya terorisme yang mengatasnamakan Islam tidak juga berhenti, justru bermunculan kelompok-kelompok radikal baru seperti ISIS. Aksi mereka lebih sporadis dan dengan dukungan Google, proses rekruitmen menjadi sangat mudah.

Kenyataan bahwa Internet secara tidak langsung mendukung bagaimana radikalisme menyebar tidak dapat dipungkiri. Sebaliknya pula, situs-situs yang memuat sentimen terhadap Islam juga bermunculan di media sosial, seperti *islamphobianetwork.com*, anti-islam *alliance* di facebook dan sebagainya. Tidak ada filter yang memadai hingga konten tersebut dilaporkan ke pihak Google. Sesuatu yang sulit namun bukan berarti tidak mustahil di dunia maya, dimana batasan *absurd* dan kebenaran hampir samar.

Kampanye yang diarahkan terhadap anti agama tertentu berkembang marak di media sosial. Tidak hanya Islam setelah tragedi September, namun juga Yahudi, Kristen, Katolik, Hindu, Buddha, dan sebagainya termasuk sekte dari agama Abrahamik dan kepercayaan lainnya. Situs yang memuat anti agama tertentu ini dengan mudah dapat kita temukan di mesin pencari Google. Pada tahun 2016, penelitian dari Vigo Intelligence menemukan lebih dari 382,000 pos anti Semit beredar di platform media sosial. Pada tahun 2017, Facebook page *humans of Hindutva* dilaporkan karena mengandung konten *hate speech* terhadap ummat Hindu (Padmanabhan 2017). Baik penelitian yang diungkapkan oleh Vigo maupun Facebook page *humans of Hindutva* adalah dua contoh dari ribuan, mungkin jutaan dari konten *hate speech* di platform media sosial. Konten bermuatan *hate speech* secara jelas memicu intoleransi antar ummat beragama dan hal ini sangat beresiko bagi negara yang multikultur.

Jika kita menarik kembali benang merah dari rangkaian peristiwa setelah *black September*, agama menjadi komunitas yang tak kalah populernya dengan berita pop di televisi di era 1990-an, khususnya Islam. Padahal isu-isu sentimen terhadap agama tertentu telah terjadi sangat lama. Perlakuan diskriminatif hingga

penyebarluasan nilai-nilai agama telah berlangsung selama berabad-abad, namun dengan media sosial, batasan, ruang dan waktu hampir-hampir tak berjarak.

Beberapa kasus yang telah saya sebutkan diatas adalah ledakan dari ketersinggungan yang merupakan dampak dari media sosial. Sebab, dari kasus-kasus tersebut, tidak semua mereka yang aktif di media sosial bersinggungan langsung dengan pihak-pihak yang mereka benci di dunia nyata. Mereka mengadopsi *hoax* tanpa mengkorfimasi kebenaran sebab *hate speech* sudah terlanjur menyebar dan dipercaya sebagai kebenaran. Parahnya ilmu agama yang mereka dapatkan untuk mengkorfimasi kebenaran tersebut juga bersumber dari *platform media sosial*, seperti Youtube, Blog, ataupun situs-situs yang dipertanyakan kebenarannya. Kesimpangsiuran pemberitaan dan ilmu instan dari internet menambah kekacauan yang memicu intoleransi beragama. Sebab telah terjadi prasangka berdasarkan konstruksi informasi yang mereka dapatkan dari media sosial pula.

Sedangkan turbulensi *hate spin* di media sosial terhadap intoleransi dapat kita lihat dari kasus Pilkada Jakarta. Indonesia adalah penduduk yang multikultur di Asia Tenggara dengan mayoritas beragama Islam, terutama di Indonesia bagian Barat dan Tengah. Seperti yang telah saya singgung sebelumnya, kasus Ahok dalam Pilkada Jakarta adalah salah satu kasus *hate spin* yang sangat kontroversial.

Bermula dari unggahan potongan video pidato Ahok pada 27 September 2016di Kepulauan seribu oleh Buni Yani di media sosial pada tanggal 6 Oktober 2016. Ia menambahkan transkrip pada video tersebut, *"Bapak-ibu (pemilih Muslim)…dibohongi Surat Al Maidah"…(dan) masuk neraka (juga Bapak-ibu) dibodohi"; "kelihatannya akan terjadi sesuatu yang kurang baik dengan video ini."* Buni Yani sama halnya dengan Ahok, mungkin tidak pernah menyangka bahwa pidatonya ataupun unggahan video dengan transkrip tersebut akan menuai peristiwa yang besar dan memicu ketegangan bernada *sara* dalam Pilkada Jakarta 2017 lalu.

Telah banyak penelitian, artikel yang menuliskan mengenai kasus Pilkada. Salah satunya tulisan Nursheila Muez (2016) yang menyatakan bahwa Pilkada Jakarta telah mengancam pluralisme di Indonesia. Ia mengatakan bahwa Surat Al-Maidah ayat 51 yang menyeret Ahok dalam kasus penistaan agama, harus dipahami juga dari sudut pandang *historical context*, karena ayat tersebut diturunkan untuk masyarakat pada waktu yang berbeda serta situasi dan kondisi yang berbeda pula. Pada dasarnya ia sepakat bahwa aksi protes terhadap Ahok telah menggunakan ayat Al-Quran untuk tujuan politik. Sedangkan Syafii Maarif, tokoh senior Muhamadiyyah, mengatakan bahwa Ahok tidak bermaksud mengatakan bahwa Surat Al-Maidah adalah kebohongan dan meyakini bahwa ia tidak melakukan penistaan agama. Sebaliknya, ucapan tersebut ditujukan pada para pesaing politiknya yang kerap menggunakan ayat-ayat Al-Quran untuk mengejar kekuasaan.

Penelitian yang lain oleh Setijadi (2017) serta Salam dan Zakiah (2017) menempatkan Ahok dan FPI sebagai aktor dalam isu tersebut. Sebab anggota FPI adalah pelapor pertama isu penistaan agama yang menjerat Ahok. Dalam penelitiannya secara eksplisit mereka menyebutkan bahwa pesaing Ahok dalam pilkada Jakarta, Anis Baswedan dan Sandiago Uno telah memanfaatkan isu agama sebagai jalan untuk menaikkan elektabilitas mereka. Ditambah lagi bermunculan para politikus dari barisan oposisi pemerintah yang ikut memimpin gerakan 212 semakin meyakinkan bahwa *hate spin* telah menguat di pilkada Jakarta. Terlebih lagi tidak ada satupun warga Kepulauan Seribu yang melaporkan Ahok karena pidatonya. Padahal mereka adalah pihak yang seharusnya merasa tersinggung dengan ucapan Ahok sebab mereka adalah pihak yang mendengar dan menyaksikan pidato itu secara nyata.

Di samping itu, hal yang menunjukkan indikasi *hate spin* pada kasus ini adalah terdapatnya jeda antara peristiwa di *upload*nya video dengan ketika isu itu kemudian menjadi viral, dan juga eksistensi *political entrepreneurs*. Mereka para *political entrepreneurs* adalah pihak-

pihak yang kontra dengan pemerintahan Joko Widodo, sedangkan Ahok mempunyai hubungan yang dekat dengan Joko Widodo.

Meskipun memilih seorang pemimpin berdasarkan latar belakang agama mereka juga merupakan hak setiap orang, namun penggunaan isu-isu agama dalam politik praktis yang dapat memicu tindakan intoleransi bertentangan dengan etika. Di samping itu pula, dalam gelombang aksi 212 juga banyak diantara mereka yang memandang persoalan itu adalah murni penistaan terhadap Islam dan tidak melihat itu sebagai hal politik. Persoalannya adalah ketika isu tersebut bersamaan dengan momentum Pilkada Jakarta. Apalagi Ahok yang merupakan calon petahana memiliki elektabilitas tinggi terlepas dari status dirinya yang minoritas ganda, seorang etnis Tionghoa dan beragama Kristen. Beberapa survei menyebutkan setelah isu penistaan agama menimpa Ahok, elektabilitasnya menjadi menurun drastis, sementara lawan politiknya fokus menyerang pribadinya.

Pilkada adalah salah contoh dari fenomena *hate spin* sebagai dampak akibat media sosial. Bagaimanapun kasus semacam Ahok di Pilkada Jakarta, adalah sebuah proses demokrasi tanpa mengkambinghitamkan bahwa ia adalah dampak negatif dari demokrasi itu sendiri. Sebab demokrasi sebagai sebuah sistem bukanlah bersifat final, ia akan terus bertransformasi (Agussalim, 2018). Sangat mungkin suatu saat akan ditemukan sistem yang lebih baik dari demokrasi.

Fenomena *hate speech* dan hate spin di media sosial tidak dapat dihindari dan solusi yang ditawarkan pun sebenarnya juga bukanlah hal yang baru. Sementara pemerintah harus mampu menegakkan hukum sebagai jawaban untuk menjaga stabilitas sosial di masyarakat. Menindak dengan tegas mereka yang terlibat dalam provokasi bernada rasis di media sosial.

Di sisi lain, Cherian George dalam sebuah diskusi di Center for Religious and Cross Cultural Studies, Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada pada Desember 2017 lalu, mengatakan bahwa untuk dapat membendung *hate spin* ataupun *hate speech* diperlukan pengguna Internet yang cerdas dalam memilah berita.

Bahkan dalam tindakan yang nyata, terkadang kita perlu dalam beberapa waktu tidak menggunakan media sosial dan tidak terhubung dengan Internet. Karena penerimaan informasi yang sangat cepat dan samar dapat membuat kita gagal berpikir jernih termasuk isu-isu agama di media sosial. Di zaman Internet, bahkan ilmu tidak didapatkan dari mereka mereka yang memiliki keilmuan tersebut, termasuk agama tetapi mencari *knowledge* itu melalui *platform* media sosial yang hanya sepotong saja. Kita berada pada awal milenium sementara generasi milenium akan tergantikan dengan generasi Y dan Alpha, mereka yang lahir dengan *cadget* dan *smartphone* di tangan.

D. PENUTUP

Revolusi teknologi informasi membuat dunia ibarat kampung global yang senantiasa berubah dengan cepat. Informasi yang kita terima saat ini, mungkin akan segera usang hanya dalam hitungan detik, sebab berita-berita baru telah menghiasi Internet. Berbagai isu yang menyangkut kehidupan manusia dapat dengan mudah kita dapatkan di *platform* media sosial, baik positif dan negatif, termasuk isu-isu agama. Kita dengan mudah memperoleh informasi mengenai hal-hal positif dalam menjalankan ibadah sebagai umat beragama, sikap toleransi, dan hal-hal positif lainnya yang dapat mendekatkan diri manusia dengan pencipta-Nya. Namun, di sisi lain isu-isu negatif yang berkaitan dengan agama pun juga marak di media sosial, termasuk menyerang kelompok agama tertentu dan penghasutan.

Terkadang tanpa disadari, kita terseret dalam arus ketersinggungan sebagai dampak *hate speech* dan *hate spin*. Sesuatu yang bahkan tidak kita saksikan langsung. Meskipun dahulu, ucapan kebencian telah terjadi, kini media sosial melalui internet memiliki lebih banyak porsi untuk memenuhi ruang publik dan kemudian bisa mengubah perspektif masyarakat. Terlebih lagi dalam pelintiran kebencian nuansa politisasi agama yang sangat kuat, menyebabkan kita *head to head* dengan persoalan yang sebenarnya tidak banyak

memberikan kontribusi terhadap kemajuan peradaban manusia. Kita terlalu sibuk berkonflik dan perang *statement* di media sosial.

Memang tidak banyak solusi baru yang ditawarkan untuk membendung *hate speech* maupun *hate spin*. Masing-masing dari kita hanya mengandalkan kebijaksanaan dan kedewasaan memandang persoalan tanpa dipengaruhi oleh letupan emosional. Sehingga perdamaian akan tetap terjaga. Dengan kebijaksanaan itu pula kita mendukung penegakan hukum yang adil bagi pelaku provokatif di media sosial. Bagaimanapun, media sosial ibarat dua sisi mata uang, kitalah yang seharusnya menjadi pengguna cerdas, tidak menyalahkan dunia yang selalu berubah dimana '*a new normal*' adalah hal yang lumrah di milenium ini.

REFERENSI

Agussalim, Dr. Dafri, diskusi mengenai dampak negatif konstruksi identitas politik pada tanggal 13 Februari 2018 di Sekolah Pascasarjana, Universitas Gadjah Mada.

George, Cherian. (2016). *Hate Spin The Manufacture of Religious Offense and Its Threat to Democracy*. MIT Press.

Gitlin, Marty. (2017). When Is Free Speech Hate Speech? Greenhaven Publishing

Herz Michael dan Peter Molnar, eds. (2013). *The Contenct and Context of Hate Speech.* Cambrideg University Press.

Ini Kronologi Lengkap Kasus Tuduhan pada Ahok Menista Al-Qur'an dan Agama Islam. *https//:www.detik.metro.com.* Diakses15 Juni 2017, dari https://www.detikmetro.com/2016/12/ini-kronologi-lengkap-kasus tuduhan .html

Jacobsen, Sara Jul dkk. (2012). Analysis of Danish Media setting and framing of Muslims, Islam and racism. Diakses 20 Mei 2015, dari http://www.ces.uc.pt/projectos/tolerace/media/Working%20 paper%205/Analysis%20of%20Danish%20Media%20setting%

20and%20framing%20of%20Muslims%20Islam%20and%20racism.pdf

Jensen, Tim. (2006). The Cartoon Crisis Revisisited: A Danish Perspective. Diakses 20 Mei 2015, dari biblioteca.ribei.org/1086/1/ARI-65-2006-I.pdf.

Korotayev, Andrey V. dan Julia V. Zinkina. 2011. *Egyptian Revolution: A Demographic Structural Analysis.* Diakses 15 Maret 2018, dari http://cliodynamics.ru/download/Korotayev_Zinkina_Egyptian_Revolution_Entelequia_New.pdf.

Mardani. (2016). *Merdeka.* NU Jakarta: Ucapan Ahok Ditujukan ke Orang yang Politisasi Agama. Diakses 28 Juli 2017, dari https://www. merdeka.com/politik/nu-jakarta-ucapan-ahok-ditujukan-ke-orang-yang-politisasi-agama.html

Muez, Nursheila. (2016). Protesting Ahok: Flaking Indonesian Islam's Pluralistic Tradition. Retrieved on 20 June 2017, from https://dr.ntu.edu.sg/bitstream/handle/10220/41995/CO16309.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

Padmanabhan, Anand. (2017). Big Expose: How Leftist Websites are Spreading Fake News About Anti Hindu Page Leaving Facebook Under Threats When It Has Already Been Deleted by FB!! Diakses 15 Maret 2018, dari https://satyavijayi.com/big-expose-leftist-websites-spreading-fake-news-anti-hindu-page-leaving-facebook-threats-already-deleted-fb/

Saat, Norshahril. (2017). Politicizations of Race and Religion in Malaysia and Indonesia. Issue: 2017, No.1. Diakses 20 Juni 2017, darihttps://think-asia.org/bitstream/handle/11540/6817/ISEAS_Perspective_2017_1.pdf?sequence=1.

Salam, Hadrus and Kiki Zakiah. Objektivitas Media Online Republika. Co.Id dalam Pemberitaan Kasus "Penolakan Ahok Sebagai Gubernur DKI Jakarta". Prosing Penelitian Sivitas Akademika (Sosial dan Humaniora), Jurnalistik, Gelombang 2, Tahun Akademik 2014-2015. Diakses 21 Juni 2017, dari

http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/Jurnalistik/article/viewFile/2091/743

Setijadi, Charlotte. (2017). Ahok's Downfall and the Rise of Islamist Populism in Indonesia. Perspective, 38. Diakses 22 Juni 2017, darihttps://www.iseas.edu.sg/images/pdf/ISEAS_Perspective_2017_38.pdf

Singh, Daljit and Malcolm Cook, eds. (2017). *Southeast Asian affairs 2017*. Singapore ISEAS Publishing.

Syafii Maarif: Ahok Tidak Mengatakan Al Maidah itu Bohong. *http://news.liputan.com*. Diakses 22 Juni 2017, dari http://news.liputan6.com/read /2646190/syafii-maarif-ahok-tidak-menga takan-al-maidah-itu-bohong

The World Jewish Congress and Vigo Social Intelligence. 2016. Anti Semitism on Social Media. Diakses 17 Maret 2018, dari http://vigo.co.il/wp-content/uploads/sites/178/2017/06/AntiSemitismReport2FinP.pdf

Van Dijck, José. (2013).*The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press, New York.

Van den Hurk, Ann Marie. (2013). *Social Media Crisis Communications: Preparing for, Preventing, and Surviving a Public Relations #FAIL (Que Biz-Tech).* Que Publishing.

Woodward, Mark, and Amanah Nurish. (2016). Quo Vadis FPI dalam Aksi Bela Islam. Maarif 11(2), 106-122.

INTERNET DAN DISONANSI KOGNITIF ANTARA IDENTITAS KEINDONESIAAN DAN MUSLIM *KAFFAH*

Ros Mayasari
Institut Agama Islam Negeri Kendari
mayagayo@yahoo.com

A. PENDAHULUAN

Penelitian tentang radikalisasi menemukan bahwa identitas sosial menjadi penyebab utama dari berhasilnya proses radikalisasi (Al Rafiie, 2013). Kesuksesan proses radikalisasi sebagian terletak pada kemampuan penganjur radikalisme meletakkan identitas radikal sebagai identitas yang khas dan baru. Teori identitas sosial mendasarkan pada premis dasar bahwa setiap individu membutuhkan harga diri yang positif untuk kesejahteraan psikologisnya. Teori identitas sosial menjelaskan bahwa dibandingkan dengan orang yang identitas sosialnya tidak menonjol, seseorang dengan identitas sosial yang menonjol akan membuatnya lebih cermat dan sensitif dalam merespons perilaku yang diatributkan kepada kelompoknya dan memotivasinya untuk bertindak untuk bertahan atau meningkatkan nilai kelompok bagi dirinya. Tingkat dimana identitas kelompok menjadi bagian dari penting bagi diri seseorang, identitas ini akan menuntunnya dalam berpikir, merasa dan bertindak dalam label sebagai anggota kelompok tersebut.

Agama menjadi hal yang penting dalam kehidupan seseorang. Pada kasus radikalisasi berlatar belakang agama, identitas didasarkan pada sebuah interpretasi yang ingin menjaga kemurnian agama. Dengan interpretasi seperti ini, akan mendorong individu mengidentifikasikan dirinya ke dalam kelompok keagamaan tertentu yang menjadi representasinya, yang mengilhami kekuasaan moral dan superitas, yang membuat seseorang merasakan harga diri dan konsep diri yang lebih tinggi atau lebih baik dari sebelumnya. Harga diri

individual selalu terkait dengan kelompok yang lebih luas, apakah nasionalistik, etnis atau agama. Seperti yang dikemukakan oleh Ramakrishna (2011) *"No individual authenticity without collective authenticity"*. Singkatnya, tidak ada identias individu yang asli tanpa dikaitkan dengan identitas kelompoknya.

Kelompok sosial dengan ideologi kuat cenderung akan mendorong sebuah identitas kelompok yang menonjol. Kelompok-kelompok ini menekankan perbedaan mereka dan memaksakan batas yang jelas antara diri mereka dengan arus utama. Dengan batas ini sebagaimana yang dijelaskan Hariris, Grngart dan Drake (2014) akan meningkatkan koneksi antar anggota kelompok dan mendorong mental "kita dan mereka". Dengan kohesivitas, kelompok tersebut dipastikan mereka sangat resisten terhadap pengaruh yang dapat memecah belah, sehingga tekanan dari luar kelompok dapat lebih jauh memperkuat identitas kolektif.

Dalam proses pra-radikalisasi seseorang mengalami internalisasi nilai-nilai keagamaan yang bersifat ekslusif dan tunggal. Melalui proses ini pula individu yang bersangkutan mengalami proses *religious seeking* yang akan mendorong lahirnya konflik dalam diri, seperti timbulnya rasa berdosa. Perasaan berdosa tersebut akan mendorongnya untuk memperbaiki diri dengan mengambil referensi yang baru untuk standar perilaku. Referensi baru itu adalah menjadi muslim yang *kaffah* sebagaimana konsep Islam *kaffah* dari kelompoknya. Konsep Islam *kaffah* di sini dijelaskan sebagai masuknya seseorang dalam Islam secara menyeluruh dengan seluruh aspeknya terkait dengan ibadah, akhlak, muamalah, terkait dengan urusan pribadi, rumah tangga, masyarakat, Negara dan lain-lain. Selanjutnya, sebagai konsekuensi logis dari Islam *kaffah* adalah perlunya sistem negara yang dapat memberi ruang merealisasikan semua ajaran Islam. Oleh karena itu, tidak diperlukan sistem yang dibuat oleh manusia, karena Islam sudah sempurna memberikan pedoman. Konsep-konsep seperti demokrasi, pluralisme dan kebangsaan/nasionalisme harus ditinggalkan. Bahkan, dari artikel dan poster-poster yang digunakan kelompok ini, konsep-

konsep tersebut disandingkan dengan kata-kata kafir, *thogut* dan lain-lain.

Pancasila sebagai dasar Negara akan ditentang walaupun tidak secara terbuka. Pancasila sama dan sejajar dengan demokrasi dan HAM yang merupakan ideologi yang dibuat oleh manusia sehingga dianggap tidak pantas untuk dijadikan dasar dalam mengelola dan mengatur masyarakat sehingga harus dilawan dan diganti dengan hukum Tuhan melalui ide penegakan Negara Islam/Daulah Islam/Khilafah Islamiyah. Dengan demikian, nasionalisme dan konsep Negara bangsa tidak mendapat tempat sama sekali. Bahkan mengangkat slogan *"we need Khilafah, not democracy*". Ide tentang Khilafah Islamiyah yang diusung, ujung-ujungnya akan mengabaikan demokrasi, Pancasila dan nasionalisme sebagai bangsa (Indonesia).

Dengan demikian, dengan referensi baru tentang Islam *kaffah* tersebut di atas, terjadi pertentangan tajam dengan Pancasila dan demokrasi yang menjadi dasar penyelenggaraan Negara dan nasionalisme kebangsaan yang selama ini dipahami atau diyakini oleh individu. Menjadi muslim *kaffah* dengan referensi tersebut akan bertentangan dengan identitas sebagai warga Negara RI. Sebagai warga negara, tentunya harus tunduk dan setia terhadap Pancasila. Warga Negara harus berpartisipasi aktif dalam proses-proses penyelenggaraan Negara yang menganut sistem demokrasi.

B. DISONANSI KOGNITIF MENJADI INDONESIA DAN MUSLIM *KAFFAH*

Pertanyaan yang muncul adalah bagaimana seseorang merespon perbedaan yang tajam sebagai warga negara dan sebagai muslim *kaffah* (sebagai identitas baru). Di tahap awal, bagaimana identitas keindonesiaan itu ditempatkan ketika proses internalisasi identitas baru dipaparkan? Proses psikologis apa yang terjadi baik pada dimensi kognitif ataupun afektif? Mengapa kemudian ada individu yang menarik diri dari proses radikalisasi tersebut, tetapi ada juga yang berlanjut menjadikan Muslim *Kaffah* sebagai identitas baru?

Psikologi sosial melalui teori disonansi kognitif dapat dijadikan lensa untuk memotret proses psikologis tersebut. Teori disonasi kognitif dipopulerkan oleh Leon Festinger di tahun 1950an. Pada saat seseorang memiliki dua atau lebih elemen pengetahuan yang relevan satu sama lainnya namun inkonsisten dengan yang lainnya maka terciptalah perasaan ketidaknyamanan. Festinger menyebutkannya dengan disonan. Teori disonansi kognitif merupakan sebuah teori dalam psikologi sosial yang membahas mengenai perasaan ketidaknyamanan seseorang akibat sikap, pemikiran dan perilaku yang saling bertentangan dan memotivasi seseorang untuk mengambil langkah demi mengurangi ketidaknyamananan tersebut (Taylor dkk, 2009).

Ketidakkonsistensian pemahaman/pengetahuan akan muncul antara pemahaman bahwa menjadi Muslim *Kaffah* adalah menerapkan semua ajaran Islam dalam kehidupan sehari-hari baik sebagai pribadi maupun sebagai masyarakat dan hanya akan terwujud jika ada Khilafah Islamiyah/Negara Islam dengan kenyataan bahwa Negara Indonesia bukan Negara Islam melainkan Negara demokrasi yang regulasi dan perundang-undangan dibuat melalui sistem parlementer. Perbedaan yang tajam terhadap pengetahuan/pemahaman tersebut akan mengantarkan seseorang kepada perasaan ketidaknyamanan. Dengan kata lain, ia mengalami apa yang disebut sebagai disonansi kognitif.

Hasil penelitian Mayasari (2016) terkait dengan sikap terhadap ide penegakkan Khilafah Islamiyah (sebagai sarana menjadi Muslim *Kaffah*), menunjukkan adanya kebingungan yang ditunjukkan oleh jawaban responden. Sekitar 60% menjawab setuju untuk item pertanyaan "Sistem negara demokrasi di Indonesia harus diubah menjadi sistem khilafah-Islamiyah" dan "sebagai bentuk pemerintahan terbaik bagi Indonesia, demokrasi harus dijaga dan dipertahankan". Artinya responden tidak memahami dan kritis bahwa dengan setuju terhadap ide Khilafah Islamiyah akan mengubah sistem pemerintahan Indonesia, tidak lagi menganut sistem demokrasi. Di sisi lain,

responden menilai bahwa sistem pemerintahan demokratis adalah pilihan sistem yang terbaik dalam mengelola negara ini.

Penggambaran sikap responden di atas menunjukkan sebenarnya terjadi perbedaan konsep yang tajam antara setuju dengan Khilafah dengan sistem demokrasi. Apabila perbedaan tersebut disadari individu maka akan membawa individu ke situasi disonansi kognitif. Gejala disonasi kognitif pada penelitian tersebut (Mayasari, 2016) dapat dilihat dari responden yang kemudian berhenti mengikuti pertemuan kajian (di ormas yang bertujuan mendirikan Khilafah Islamiyah) karena merasa konsep yang diajarkan tentang penegakan khilafah sebagai wujud menuju Islam *Kaffah* tidak sesuai dengan pemahamannya tentang Indonesia sebagai negara demokrasi. Disonansi kognitifnya diatasi dengan mengabaikan satu elemen kognitif (bahwa hanya dengan Khilafah Islamiyah dapat terwujudnya Islam/Muslim *Kaffah*) dengan memilih elemen kognitif yang lain (sistem demokrasi adalah sistem yang harus dipertahankan karena kesepakatan awal pendirian negara ini). Dengan kata lain, di level individual, individu mengatasi disonansi kognitif ini dengan melakukan konsistensi terhadap konsep sebelumnya.

C. DISONANSI KOGNITIF DAN INTERNET

Secara terencana dan sistematis oleh kelompok yang bertujuan menegakkan Khilafah Islamiyah, seseorang (calon pengikut/anggota) dibawa kepada keadaan merasa bersalah bahkan berdosa ketika tidak bisa menjalankan semua yang dituntut dalam agama. Dengan kata lain, seseorang didorong untuk merasa belum menjadi muslim seutuhnya apabila belum melaksanakan ajaran Islam secara kaffah seperti konsep kaffah yang di*framing*kan sebelumnya. Hal ini sebagaimana yang dijelaskan oleh Roy dan Neighbor dalam Hairgrove (2011) bahwa pada saat proses pra-radikalisasi, individu akan dibuat memiliki rasa bersalah yang mendorong untuk meningkatkan praktek agama dan rasa bersalah karena tidak hidup sesuai ajaran Al-Qur'an (keadaan ini sengaja dilakukan agar seseorang menjadi terbuka untuk direkrut). Keadaan ini yang disebut dengan *cognitive openings* yang

membawa kepada disonansi kognitif, sebuah kondisi yang tidak kongruen antara keyakinan dan praktek yang membawa kepada perasaan negatif.

Identitas antara menjadi Indonesia (nasionalis) dan muslim *kaffah* (seperti konsep kaffah yang di*framing*kan) menjadi tidak kongruen satu sama lainnya. Dengan kata lain, kedua identitas sosial tersebut menjadi bertolak belakang satu sama lainnya. Bagaimana individu yang mengalami disonansi kognitif ini akan mencari jalan keluar untuk mengatasi ketidaknyamanan ini. Pilihan alternatif penyelesaiannya dapat berupa, pertama mengabaikan nasionalisme (terus konsisten dengan identitas sebagai muslim *kaffah* dengan konsep muslim *kaffah* yang telah dimiliki). Kedua, melakukan pemahaman ulang tentang menjadi muslim *kaffah* (kompromi dengan pengetahuan dan defenisi tentang muslim *kaffah* yang berbeda dari yang diframingkan). Ketiga, meninggalkan identitas sebagai muslim *kaffah*. Keempat, melakukan pemahaman ulang tentang nasionalisme.

Pertanyaan kemudian apa yang dilakukan individu untuk mengatasi disonansi kognitifnya? Apakah akan melakukan kompromi atau sebaliknya melakukan konsistensi terhadap konsep sebelumnya. Disonansi kognitif mendorong seseorang untuk mencari informasi yang dapat menghindarkan dirinya dari situasi ketidaknyamanan. Individu akan secara aktif untuk mengumpulkan informasi. Proses pencarian informasi dilakukan dengan tahap-tahap pengumpulan informasi, memutuskan informasi mana yang akan digunakan dan mengintegrasikan informasi ke dalam penilaian akhir (Taylor dkk, 2009).

Riset menunjukkan bahwa pengumpulan informasi sering mengalami bias (Taylor, dkk, 2009). Ada beberapa bias yang sangat mungkin terjadi pada saat orang akan mengumpulkan informasi terkait usaha untuk mengatasi disonansi kognitifnya. Misalnya, bias bisa terjadi karena adanya ekspektasi yang sudah ada sebelumnya. Sebenarnya ekspektasi tersebut dapat membantu individu untuk menginterpretasikan informasi yang sangat banyak. Namun, terkadang ekspektasi yang sudah ada dapat menyebabkan kita menarik

kesimpulan yang tidak tepat, terutama jika ekspektasi tersebut lebih dominan daripada pertimbangan informasi lainnya. Misalnya jika konsep "Islam Kaffah" yang sudah diterima secara matang, maka apabila Islam Kaffah yang ditemukan berbeda dengan konsep "Islam Kaffah " yang sudah melekat, maka akan mengabaikan konsep Islam Kaffah dari sumber informasi tersebut. Dengan kata lain, jika informasi tidak konsisten dengan apa yang sudah diyakini, seseorang akan menelitinya dengan lebih cermat dan bersiap untuk menolak informasi itu. Hairgrove (2011) menjelaskan, orang cenderung mencari informasi yang mendukung keyakinannya sekarang tanpa mempertimbangkan keunggulan argumentasi lain.

Internet dengan berbagai macam fiturnya, sangat besar kemungkinannya menjadi sumber utama seseorang untuk mengatasi disonansi kognitif antara menjadi nasionalis atau muslim *kaffah*. Ketersediaan informasi yang segera yang diberikan oleh internet menjadi alternatif yang paling cepat dan mudah untuk mencari informasi yang diinginkan. Tentu saja, saat pemilihan sumber *online*, media sosial apa, tentang konten apa yang mau dibaca, saluran apa yang dibuka lebih sering dilakukan untuk mencari informasi yang menambah konsonan. Mengapa? Teori disonansi kognitif menjelaskan bahwa manusia sangat sensitif terhadap adanya inkonsistensi antara tindakan dan kepercayaan. Oleh karena itu, tidak mau berlama-lama dalam situasi tidak jelas, sehingga mencari apa yang mau dicari, bukan mencari tahu bagaimana sebenarnya hubungan antara dua hal yang tidak kongruen.

Proses pencarian informasi di atas akan semakin menjadi bias, apabila *need for closure* seseorang tinggi. Konstruk *need for closure* (NFC) diartikan sebagai perbedaan individual yang berhubungan dengan motivasi dalam melakukan pemprosesan dan penilain terhadap informasi. Kruglanski menjelaskan bahwa NFC adalah *"individual's desire for a firm answer to a question, any firm answer, as opposed to confusion and/or ambiguity"* (Kruglanski, 2004). Kebutuhan untuk segera mendapat jawaban yang tegas dan cepat sehingga dapat mengurangi dan menghilangkan kebingungan.

Individu yang memiliki NFC yang tinggi semakin terdorong untuk segera mengatasi disonansi kognitifnya (menjadi Indonesia atau muslim kaffah). NFC didefinisikan sebagai keinginan untuk memiliki jawaban pasti tentang suatu ide/konsep sebagai lawan dari kebingungan atau ketidakpastian. Mereka melompat ke penilaian, enggan mempertimbangkan berbagai perspektif, dan kurangnya fleksibilitas kognitif (Kruglanski & Webster, 1996) dan mengurangi kemungkinan pemrosesan sistematis. Individu sangat ingin segera "menutup buku" dan karena itu terkadang melakukan cara pintas kognitif sederhana (disebut heuristik) untuk membuat keputusan yang relatif cepat. Individu-individu ini cenderung mempertimbangkan lebih sedikit hipotesis yang berlawanan atau membatasi informasi yang tidak konsisten dengan keyakinan atau prediksi mereka (Kruglanski & Webster, 1996).

Cara pintas kognitif dilakukan untuk mengatasi tuntutan melakukan efisiensi dalam mengambil kesimpulan terhadap realitas sosial yang dialami seseorang. Realitas sosial yang kompleks. Oleh karena itu, sering menyebabkan orang mengandalkan skema yang mereka punya untuk mengendalikan arus aliran informasi. Skema diandaikan *file-file* pengetahuan dan informasi yang dimiliki manusia yang bersumber dari pengalamannya. Skema ini secara cepat digunakan untuk mengumpulkan dan menginterpretasi informasi yang datang. Masalahnya, di sisi lain skema ini juga mengantarkan cara berpikir menjadi lebih disederhanakan untuk menghadapi informasi yang kompleks dan bahkan ambigu (Meader, 2014). Individu membutuhkan cara untuk memilah informasi di sekitarnya. Individu perlu tahu mana struktur yang ada dalam memori jangka panjang yang cocok untuk memahami situasi sosial tertentu. Tugas ini (memilah dan mencocokkan informasi dengan memori) menurut Tversky dan Kahneman sebagian besar dilakukan dengan cara menggunakan strategi pemikiran *heuristic* (1974). Dengan cara seperti inilah disonansi kognitif diselesaikan oleh banyak orang.

Sebagaimana yang dijelaskan bahwa ada hubungan yang erat antara disonansi kognitif dan persepsi. Teori disonansi kognitif

berkaitan dengan proses persepsi yang meliputi *selective exposure, selective attention, selective interpretation,* dan *selective retention*. Hal ini dikarenakan teori disonansi kognitif memprediksi bahwa orang akan menghindari informasi yang akan menambah disonansi.

Proses persepsi ini merupakan dasar dari penghindaran. Disonansi kognitif terjadi melalui beberapa proses persepsi, pertama *selective exposure* yaitu merupakan cara untuk mengurangi disonansi dengan cara mencari informasi yang konsonan dengan kepercayaan atau pemikiran atau tindakan seseorang. Sejak memulai mencari informasi pada internet khususnya melalui media sosial, seseorang akan mencari dan memilih situs-situs atau link-link yang diyakini akan memberi jawaban yang seperti diinginkan. Kedua, *selective attention* merupakan cara untuk mengurangi disonansi kognitif dengan cara memberikan perhatian pada informasi yang khusus atau bagian dari informasi yang konsonan dengan kepercayaan, pemikiran, dan tindakan seseorang. Ketika mencari informasi akan hanya fokus soal narasi Islam Kaffah, tidak lebih lanjut menggali secara lebih dalam misalnya tujuan Islam diturunkan, langkah-langkah penyusunan hukum dalam Islam, perbedaan penafsiran dan lain-lain. Ketiga, *selective interpretation* adalah sebuah metode untuk mengurangi disonansi dengan cara menginterpretasi informasi yang ambigu sehingga terlihat konsisten dengan kepercayaan, pemikiran, dan tindakan seseorang. Oleh karena itu, agar segera menyelesaikan disonansinya seseorang akan mengikuti penafsiran yang sederhana dan singkat untuk mengatasi ambiguinitasnya. Terakhir, melalui s*elective retention* seorang hanya mengingat informasi yang konsisten dengan kepercayaan yang dimiliki. Hal ini terjadi dengan memanfaatkan skema pengetahuan yang sudah ada sebelumnya tentang Islam/muslim *kaffah*. Terkadang skema pengetahuan seseorang sangat kuat sehingga skema pengetahuan tentang muslim *kaffah* yang sudah ada dapat menghalangi ingatan menyimpan konsep muslim *kaffah* yang berbeda.

Usaha seseorang mengatasi ketidaknyamanan karena adanya disonansi kognitif yang dirasakan sebenarnya terbantu dengan mencari informasi di internet. Hanya saja, ada beberapa kelemahan yang membuat proses penyelesaian disonansi kognitif menjadi tidak efektif. Pertama, dari sisi internet sendiri. Teks-teks yang berseliweran di internet ditulis dengan singkat dan cenderung dangkal. Belum lagi, bilateks-teks yang diposting dengan maksud-maksud tertentu misalnya sebagai propaganda radikalisme dan terorisme. Di sisi lain, kebiasaan berhubungan dengan media *online* ini membuat orang merasa harus segera mendapat jawaban sehingga tidak bisa berlama-lama membaca dan merenungi informasi yang cukup panjang. Artikel atau buku *online* yang sebenarnya dapat memberi informasi yang komprehensif sering tidak dibaca sampai tuntas.

D. PENUTUP

Pengaruh identifikasi sosial terhadap perilaku telah dikaji secara luas oleh psikolog dan peneliti di bidang perilaku sosial. Teori identitas sosial menyediakan penjelasan psikososial bagaimana orang mendefinisikan diri mereka sendiri dalam relasi dengan kelompok sosial mereka sebagaimana hubungan inter kelompok yang dapat membawa kepada perilaku yang ekstrim dan resisten terhadap usaha *counter*.

Identitas yang dicapai melalui kategorisasi ke dalam kelompok tertentu tidaklah tetap, namun akan ada pergeseran bolak balik antara individu dari berbagai identitas sosial. Seseorang dapat lebih menonjol pada salah satu identitasnya dan karena itu dalam konteks tertentu identitas sosial tersebut lebih siap aktif daripada identitas yang lain. Teori identitas sosial menjelaskan bahwa dengan persepsi yang membedakan *in dan out group* sebagai hasil dari kategorisasi akan mendorong mental kami dan mereka. Keadaan ini akan dapat menyebabkan sikap negatif dan permusuhan kepada yang lain.

Bizina dan Gray (2014) menjelaskan banyak dari generasi muda yang potensial memiliki sikap radikal tidak secara penuh memahami

sejarah bangsanya. Demikian juga, mereka kurang tepat memahami ajaran Islam dan tidak melihat bahwa Islam sebenarnya adalah satu dari agama yang penuh kedamaian dan fleksibel dalam mengakomodasi perkembangan zaman. Keadaan seperti ini sangat dimanfaatkan oleh para penganjur radikalisme.

Sebagaimana yang dijelaskan Makruf (2017) Islam sudah menjadi identitas yang melekat di Negara ini. Bahkan dalam hal tertentu kita tidak dapat memisahkan antara identitas sosial, etnis maupun identitas agama. Semua sudah menyatu dan tidak ada yang menonjol. Realitas yang berkembang seputar promosi penegakan syariat Islam dalam wujud kekuasaan politik dengan mendasarinya terhadap konsep Islam Kaffah (dalam arti yang sempit dan dangkal) hanya akan menghancurkan modal budaya dan politik yang selama ini lestari di Indonesia.

Pertentangan menjadi warga bangsa (nasionalis) dan Islam Kaffah membawa orang dalam situasi ketidakpastian tentang identitas sosial. Padahal, identitas sosial menjadi penting bagi harga diri dan konsep diri seseorang. Ketidaknyamanan ini kemudian dimanfaatkan dengan serta merta sehingga diakhiri dengan memilih identitas Islam Kaffah dan membuang identitas sebagai warga bangsa. Sayangnya, proses ini semakin difasilitasi oleh karakter berpikir manusia yang kadang ingin segera mendapat jawaban dan tidak tahan berlama-lama dalam situasi ambigu.

Sumber-sumber online dan media sosial dengan berbagai bentuknya menjadi jalan keluar yang cepat dan mudah bagi seseorang untuk mengatasi disonansi identitas sosial. Namun sayangnya, media sosial pun menjadi alat propaganda dan penyebaran ideologi sehingga kecermatan dan kesabaran seseorang mendapat jawaban dari kebingungannya perlu ditingkatkan, agar tidak terjebak mencari jawaban dari situs atau media online yang menarik namun dangkal dalam menyajikan informasi. Literasi media menjadi salah satu cara agar disonansi kognitif soal identitas sosial antara bernegara dan beragama dalam diselesaikan dengan cara yang *fair* dan bertanggung jawab.

REFERENSI

Al Rafiie Dina. (2013). Social Identity Theory for investigating Islamic Extremism in the Diaspora. *Journal of Strategy Security*, 6 (4).

Bizina, M., & Gray, D. H. (2014). Radicalization of Youth as a Growing Concern for Counter-Terrorism Policy. *Global Security Studies*, *5*(1)

Hairgrove, F. P. (2011). *Media Use in Conversion Into Islamic Radicalism: Why this Person and Not that Person, why Here, why Now?* (Doctoral dissertation, University of Wisconsin--Madison).

Harris, K., Gringart, E., & Drake, D. (2014). *Understanding the role of social groups in radicalization.*

Kruglanski, A. W., & Webster, D. M. (1996). Motivated closing of the mind:" Seizing" and" freezing." *Psychological review*, *103*(2), 263

Mayasari, R. (2016). Peran Pemikiran Heuristik pada Hubungan Persepsi Sosial dengan Munculnya Sikap terhadap Ide Penegakkan Khilafah Islamiyah di Indonesia. *Al-Ulum*, *16*(2), 387-411.

Meader, A. P. (2014). *The psychological underpinnings of ideology: how the needs for closure and cognition impact ideology and media consumption* (Doctoral dissertation).

Ramakrishna, K. (2011). From virtual to violent: Preliminary conceptual explorations of religious radicalisation in youth. *Youth and Terrorism: A Selection of Articles*, 1.

Taylor, Shelley,E., Peplau, L.A.,Sears, David O. (2009) *Psikologi Sosial*. Terjemahan Tri Wibowo B.S. Jakarta: Kencana Pernada Media Group.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, *185*(4157), 1124-1131

Webster, D.M., & Kruglanski, A.W. (1994). Individual differences in need for cognitive closure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(6), 1049-1062

DAKWAH DAN KEHIDUPAN BERAGAMA DI INDONESIA DALAM BINGKAI MEDIA SOSIAL

Sri Hadijah Arnus
Institut Agama Islam Negeri Kendari
srihadijaharnus@iainkendari.ac.id

A. PENDAHULUAN

"Mungkin kita perlu berterima kasih kepada seorang Mark Zuckerberg yang telah menciptakan facebook, Jon Koum dan Brian Acton yang telah membuat Whatsapp atau Jack Dorsey yang telah mendirikan Instagram. Meski tak dapat pula dipungkiri bahwa hasil ciptaan mereka itu juga mendatangkan permasalahan yang tidak sedikit di masyarakat."

Era revolusi informasi yang melanda masyarakat saat ini membuat sebagian besar individu menjadi bagian dari dua komunitas, yaitu di masyarakat, serta menjadi bagian dari suatu komunitas maya. Merebaknya media sosial beberapa tahun belakangan membuat setiap anggota masyarakat hampir tidak ada yang luput dari terpaan gegap gempitanya penggunaan media sosial. Berkembangnya media sosial seperti facebook, WA, Instagram, Twiter dan lain sebagainya (Gunawan, 2012). Media ini merupakan media yang paling banyak digunakan dalam aktivitas komunikasi masyarakat, bahkan ada sebagian orang yang interaksinya di media sosial melebihi dari *interaksi face to face*. Berkembangnya media sosial memberikan pengaruh yang positif yaitu lebih memudahkan aktivitas komunikasi bagi masyarakat. Masyarakat dunia saat ini dapat kita sebut sebagai *global village*, dimana jarak dan waktu tidaklah menjadi hambatan, dengan teknologi komunikasi dapat memperpendek pandangan, pendengaran dan sentuhan, melampaui ruang dan waktu (Mc Luhan 1968).

Selain memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi, media sosial juga dapat menjadi sumber informasi yang *up to date* bagi masyarakat saat ini, sifatnya yang *two way commuication* dan memiliki tingkat interaktivitas yang tinggi memungkinkan media sosial

menyajikan informasi yang sangat cepat dibandingkan media konvensional lainnya, seperti TV, radio dan surat kabar . Sifat *two way communications* memungkinkan umpan balik terhadap pesan yang disampaikan dapat dilakukan dengan cepat, berbeda dengan media konvensional lainnya yang sifatnya *one way comunication* yang mengakibatkan umpan balik dari pesan yang disampaikan tertunda sehinga tidak dapat langsung diketahui. Hal ini dimungkinkan karena sifat media sosial lainnya yang *desentralized* dan memiliki interaktivitas yang tinggi. Sifatnya yang *desentralized* yaitu khalayak pada media baru dapat berbicara kepada siapapun, semua pengguna media dapat menjadi komunikator sekaligus menjadi komunikan sehingga bentuk komunikasi yang dilakukan bersifat *two way communications,* dimana khalayak tidak hanya pasif menerima pesan tetapi dapat pula mengirimkan pesan dan dapat menanggapi semua konten media yang ada. Bentuk komunikasi yang terjadi di media sosial layaknya bercakap-cakap secara *face to face* yang transaksional, pesan yang dikirimkan oleh komunikator dapat segera direpon oleh komunikan yang menerima pesan tersebut. Apalagi saat ini seiring perkembangan media sosial, berkembang pula *citizen jurnalism* yang menjadikan suatu peristiwa yang terjadi dapat segera diketahui oleh khalayak media sosial, karena berita tersebut tidak lagi harus melewati berbagai tahap sebelum disebarkan kepada khalayak, layaknya pada media konvensional (Tamburaka 2013).

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh media sosial yang telah dipaparkan diatas menjadikan masyarakat sedikit demi sedikit mulai meninggalkan media konvensional, beralih ke media baru. Telepon pintar kini telah menjadi kebutuhan pokok bagi setiap orang. Di pagi hari orang tidak lagi mencari surat kabar untuk mengetahui berita yang terjadi kemarin, tetapi membuka *telepon pintar* mereka untuk mengakses situs online yang mengabarkan kejadian yang terjadi beberapa menit yang lalu. Apabila dahulu televisi dan surat kabar menjadi kiblat bagi setiap informasi yang beredar di masyarakat, kini terjadi pergeseran dalam kiblat pemberitaan. Cepatnya peredaran

informasi pada media sosial menjadikannya kiblat bagi pemberitaan di media konvensional saat ini. Hal ini dapat kita lihat pada tayangan berita maupun konten pada media konvensional. Beberapa dari media konvensional saat ini menjadikan konten media sosial sebagai sumber dari konten pemberitaan mereka. Dapat kita lihat di beberapa berita TV yang membahas tentang berita viral di media sosial, atau bahkan ada konten tayangan televisi yang khusus untuk menayangkan berita-berita yang sedang viral di media sosial dalam suatu waktu tertentu. Tidak terkecuali bagi media cetak yaitu surat kabar, dapat kita lihat bahwa beberapa sumber dari berita di surat kabar mendapatkan bahan beritanya dari konten yang ada di media sosial dan internet begitu pula halnya dengan tayang atau konten berita di radio.

Selain membahas cepatnya peredaran informasi yang disebarkan di media sosial, hal lain yang mungkin luput dari perhatian kita yaitu peran media sosial ini dalam mengembangkan dakwah islamiyah bagi masyarakat atau bagi netizen pengguna media sosial (Gunawan dan Alim, 2017). Meskipun tidak dapat juga kita pungkiri bahwa banyak persoalan yang menyentil ranah agama yang disebabkan oleh hadirnya media sosial ini. Seperti beredarnya hoax, ujaran kebencian yang menyerang satu agama dengan agama yang lainnya dan hal-hal yang dahulu tabu untuk dibicarakan menjadi hal yang biasa saat ini. Misalnya, penyebutan kafir bagi orang-orang yang tidak memeluk agama islam, dahulu istilah kafir cukup tabu untuk dijadikan bahan perbincangan, akan tetapi di era media baru saat ini istilah tersebut menjadi hal biasa untuk dibicarakan, bahkan memberi label kepada orang atau kelompok tertentu dengan sebutan kafir bukan menjadi hal tabu di media sosial. Melihat fenomena yang telah dipaparkan di atas, dalam tulisan ini penulis akan mengkaji peran media sosial tersebut dalam kaitannya dengan aktivitas dakwah dan kehidupan beragama khususnya di Indonesia.

B. PEMBAHASAN

Laju perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini telah membawa pergeseran bagi tatanan sosial, ekonomi dan budaya

masyarakat Indonesia. Terdapat komunitas maya yang dibentuk di media sosial selain komunitasnya di dunia nyata yang tentunya memiliki rasa dan efek psikologis yang berbeda dalam berinteraksi di dalamnya. Dalam bidang ekonomi pergeseran pola komunikasi tersebut membawa banyak perubahan dalam sistem transaksi ekonomi dan bisnis, kita dapat melihat banyak sekali menjamur toko-toko online dengan menggunakan fasilitas media sosial yang memungkin-kan masyarakat berbelanja hanya melalui perangkat telepon pintar mereka. Hal ini tentu saja membawa dampak yang besar bagi pelaku bisnis yang masih menggunakan sistem bisnis konvensional. Tidak hanya dalam bidang sosial dan ekonomi, pergeseran pula terjadi di bidang budaya bahkan agama. Banyak tradisi maupun cara-cara yang semakin ditinggalkan dengan pergeseran pola komunikasi tersebut, misalnya saja saat ini banyak hal yang tidak harus dibicarakan secara *face to face* lagi atau bertemu secara langsung, yang dahulu dianggap tidak sopan. Di era teknologi informasi saat ini semua dianggap wajar dan "sopan – sopan saja", menyampaikan sesuatu hanya dengan menggunakan media sosial. Bahkan perubahan ini juga mempengaruhi kebiasaan dalam aktivitas keagamaan, seperti dalam hal berdakwah. Berdakwah kini tidak lagi sebatas dengan berceramah dari mimbar masjid, akan tetapi dapat pula dilakukan melalui media sosial.

Kemudahan yang diberikan media baru dengan fitur media sosialnya juga mempengaruhi ranah agama dalam masyarakat. dalam tulisan ini akan membahas media sosial dikaitkan dari segi aktivitas keagamaan para netizen dan pandangan ataupun reaksi masyarakat terhadap konten-konten bersifat agama di media sosial. Perkembangan media komunikasi tentu saja memberi pengaruh yang besar bagi perkembangan aktivitas dakwah islamiyah. Apabila kita menengok ke belakang, dimana radio, surat kabar dan televisi menjadi media yang paling popular di masyarakat saat itu, media massa memberikan kontribusi yang cukup besar bagi perkembangan dakah islamiyah saat itu. Terdapat bentuk-bentuk tayangan dakwah yang dapat kita lihat. Sebagian besar stasiun televisi saat itu menayangkan berbagai bentuk acara keagamaan yang dikemas dalam bentuk yang berbeda-beda, baik

dalam bentuk ceramah, diskusi dan tanya jawab, ataupun dalam bentuk interaktif melalui telepon. Media di era ini akhirnya melahirkan beberapa nama dai kondang sebut saja dai sejuta umat Zainuddin MZ. Seiring perkembangan stasiun TV swasta lahirlah dai-dai generasi selanjutnya UJE (ustadz Jufri Albukhori), kemudian era generasi ustaz Solmed, Yusuf Mansur dan lainnya. Adapula dai yang menjadi sangat identik dengan stasiun televisi tempat ceramah mereka ditayangkan, sebut saja ustadz Nur Maulana yang identik dengans Trans TV dan Mama Dedeh yang identik dengan Indosiar, yang menampilkan gaya tersendiri dari cara berdakwah mereka.

Tayangan-tayangan di media tersebut membawa pergeseran kebiasaan dalam masyarakat, yang tadinya harus ke masjid apabila ingin mendapatkan pengetahuan keagamaan, misalnya dengan mengikuti pengajian dan majelis ta'lim. Dengan adanya media massa yang menampilkan tayangan-tayangan yang merupakan pesan-pesan dakwah, khalayak dapat mendapatkan pengetahuan keagamaan melalui media tanpa harus ke masjid atau pengajian. Meskipun tentu saja apabila ditinjau dari aspek sosiologisnya, hal ini kurang menguntungkan karena mengurangi interaksi sosial pada setiap individu dengan lingkungannya atau masyarakatnya. Akan tetapi hal ini merupakan hal yang cukup menguntungkan bagi yang ingin tetap memperdalam pengetahuan agamanya atau bahkan yang hanya ingin mendapatkan siraman rohani tetapi memiliki aktivitas yang sangat padat.

Perkembangan media ke media sosial saat ini ternyata membawa pula pergeseran pada media dakwah. Kalau boleh dikatakan aktivitas yang paling berkembang di bidang keagamaan yang sangat didukung oleh hadirnya media sosial ini adalah aktivitas dalam berdakwah. Saat ini banyak sekali da'i-da'i yang menjadi popular di masyarakat yang merupakan produk dari media sosial, utamanya facebook. Sebut saja ustadz Abdul Somad, Kalid Basalama, Hanan Attaki yang tampil dengan mengusung gayanya masing-masing dengan segmen khalayak umat yang berbeda-beda. Sebut saja Hanan Attaki yang muncul dengan penampilan anak muda yang tentunya khalayak sasarannya adalah remaja dan kalangan muda di media sosial. Ustadz Abdul

Somad yang menyasar semua kalangan akan tetapi memiliki gaya berdakwah yang menarik dengan humor-humor segarnya yang dapat lebih memudahkan penerimaan pesan-pesan dakwah yang disampaikan, yang bagi sebagian orang pesan-pesan dakwah tersebut bisa jadi menjadi hal yang cukup membosankan dan tidak menarik apabila disampaikan dengan cara yang biasa-biasa saja. Berkembangnya media sosial membuat dakwah menjadi lebih menarik, dapat diakses kapan dan dimanapun, selain ceramah agama melalui media sosial, pesan-pesan dan share tentang ayat al quran, hadis, pengetahuan tentang Islam serta cara-cara beribadah dapat kita temui di media sosial. Intinya adalah pengetahuan agama kita dapat berkembang sangat pesat melalui media sosial tersebut. Saat ini, banyak sekali situs-situ agama yang banyak memuat pesan-pesan agama seperti pada situs yufid.com yang merupakan situs yang dapat menjawab hampir semua pertanyaan khalayak menyangkut permasalahan aktivitas beribadah serta syariat dalam islam. Meski lagi-lagi tidak dapat kita pungkiri bahwa kita harus tetap selektif dalam menerima ataupun mencerna konten-konten agama yang beredar di media sosial tersebut.

Banyak dampak positif yang muncul dari berkembangnya media sosial akan tetapi tidak sedikit pula persoalan yang timbul akibat media sosial tersebut. Salah satu dampak negatif dari adanya media sosial adalah berkembangnya ujaran kebencian yang dapat berbentuk penghinaan, pencemaran nama baik, penistaan, perbuatan tidak menyenangkan, memprovokasi, menghasut, penyebaran berita bohong dan semua tindakan di atas memiliki tujuan atau bisa berdampak pada tindak diskriminasi, kekerasan, penghilangan nyawa, dan atau konflik sosial (Husain Naib materi pelatihan literasi media tanggal 31 Maret 2018). Bahkan, perilaku komunikasi para pengguna media sosial bisa dikatakan cenderung kepada tindakan agresi di media sosial. Perilaku negatif di media sosial tersebut sudah cukup meresahkan terutama yang menyangkut konten agama dan kebhinekaan. Saling hujat membawa nama Tuhan, nabi, dan agama menjadi hal yang lazim di media sosial. Pemberian label kafir kepada seseorang atau suatu

kelompok tertentu merupakan hal yang biasa. Hal ini tentu saja tidak dapat dibiarkan, karena dapat mengancam persatuan dan kesatuan negara kesatuan Republik Indonesia dan dapat membentuk perilaku yang buruk serta persepsi yang berbeda dalam menyikapi persoalan yang menyangkut agama dan kebhinekaan yang ada di Indonesia.

Kita tentunya masih ingat dengan kasus Ahok. Pada saat kasus tersebut mengemuka, terjadi perang argumen, ujaran kebencian dan pemberian label antar agama melalui media sosial. Bahkan pada saat itu media sosia telah dapat mengumpulkan dan menggugah ribuan umat Islam untuk bersama-sama dalam aksi 212 untuk menggiring Ahok sebagai pihak yang harus bertanggung jawab di depan hukum terhadap perbuatannya.

Di sini dapat kita lihat betapa besarnya peran media dalam menggerakkan massa. Mengacu pada kasus Ahok tersebut, penulis berpendapat bahwa, salah satu faktor yang menjadikan masyarakat sangat sensitif adalah isu agama, mengapa masyarakat sangat sensitif terhadap isu agama karena berdasarkan hasil penelitian terhadap agresivitas yang dilakukan oleh pengguna media sosial ditemukan bahwa terdapat dua faktor yang menjadi penyebab seseorang menjadi argresif di media sosial, khusus isu agama, yaitu karakteristik dari media sosial dan isu agama merupakan isu yang paling sensitif bagi sebagian besar masyarakat. Karakter media sosial memungkinkan seseorang akan menjadi sangat berbeda dengan kepribadiannya, di media sosial hal ini banyak dipengaruhi oleh karakteristik media sosial dan beberapa faktor antara lain yang menyebabkan seseorang menjadi begitu agresif di media sosial (1) karena tidak ingin menyakiti secara langsung, (2) lebih cepat dan praktis, (3) tidak perlu menunggu lama, (4) mengurangi rasa sakit dibanding bertemu langsung, (5) menghindari konflik fisik, (6) agar banyak orang tahu,(7) lebih bebas mengungkapkan perasaan, (8) tidak mau bertemu secara langsung, (9) agresi yang dilakukan secara tidak langsung dapat menjadi penyaluran emosi dengan aman karena tidak harus bertemu langsung, (10) mengurangi resiko terhadap hancurnya atau buruknya sebuah hubungan, (11) menghilangkan tekanan-tekanan yang diakibatkan oleh

komunikasi *face to face*, (12) Agresi di facebook bertujuan untuk menyakiti orang lain di ruang publik secara umum sehingga mendapat respon dari orang lain respon tersebut dapat berarti dukungan dari pihak lain. (13) Agresi dilakukan menggunakan bahasa atau simbol yang dipahami pelaku maupun orang yang dituju, agresi ini biasanya dilakukan menggunakan simbol atau bahasa tertentu agar orang yang dimaksud dapat tepat sasaran (Arnus, 2017).

Mengapa agama menjadi hal yang sangat sensitif di masyarakat khususnya di media sosial. Agama dan tingkat spiritualitas menyelesaikan banyak sekali persoalan pribadi dalam masyarakat. kita dapat memperoleh ketenangan dan kekuatan jiwa dengan berdoa ataupun melakukan ritual ibadah pemujaan kepada sang pencipta. Kepedulian sosial kita ditumbuhkan dan terus dikuatkan melalui ajaran-ajaran agama. Hidup bersama secara damai yang saling memaafkan dalam hubungan sosial juga merupakan salah satu dari ajaran dalam agama. Akan tetapi pemahaman dan penghayatan tentang agama juga dapat membawa persoalan serius dalam masyarakat mulai dari sikap hipokrit, prasangka pada kelompok lain hingga berbagai bentuk kekerasan. Manusia umumnya mengidentifikasikan diri dengan kelompok dan ideologi kelompok. Kita kemudian melakukan pengelompokan yang berbeda agama, bahkan yang memiliki agama yang sama tetapi berbeda aliran, dapat dianggap berbeda oleh kelompok. Dalam kondisi ada emosi-emosi negatif terjadilah penilaian yang makin bersifat emosional. Kelompok sendiri dianggap lebih dapat dipercaya, kelompok lain dilihat tidak dapat dipercaya dan mengancam. Prasangka menghadirkan sikap-sikap yang membedakan atau diskriminatif pada kelompok yang dianggap berbeda. Banyaknya konten media yang berisi kebencian dan mengklaim merasa paling benar membuat isu tentang agama sangat sensitif. (Poerwandari, Rubrik psikologi Kompas sabtu 29 juli 2017 hal 25)

C. PENUTUP

Media sosial memang merupakan media yang sangat unik, media ini membentuk suatu komunitas maya dimana seseorang yang

menjadi bagian di dalamnya dapat menjadi orang yang sangat berbeda dengan dirinya di dunia nyata. Banyak permasalahan dan sisi menarik yang dapat dikaji dari media tersebut. Banyak hal positif dan hal yang negatif yang bisa muncul akibat media tersebut. Salah satu usaha dalam mengcounter efek-efek negatif yang ditimbulkan oleh media sosial saat ini adalah meningkatkan kemampuan literasi media dari masyarakat atau pengguna media sosial. Literasi media apabila ditinjau dari konteks komunikasi merujuk pada kemampuan khalayak dalam melek terhadap pesan media massa. Literasi media berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi media merupakan *skill* untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain. Konsep literasi media juga ada dalam ajaran Islam dimana diajarkan untuk selalu bertabayyun dalam menyikapi semua informasi yang didapatkan dalam hal ini setiap konten-konten media.

Tabayyun berdasarkan bahasa dapat dijelaskan sebagai kegiatan untuk mencari penjelasan tentang sesuatu hingga jelas benar keadaannya. Apabila dikaitkan dengan pembahasan mengenai literasi media, *tabayyun* dilakukan agar dapat memilah informasi yang diterima melalui media agar tidak terprovokasi oleh berita-berita yang tidak bertanggung jawab yang akan memecah belah persatuan dan kesatuan bangsa dan keharmonisan antar umat beragama. Marilah lebih cerdas dan bijak dalam menyikapi pesatnya perkembangan media sosial ini.

REFERENSI

Ardianto, Elvinaro dan Komala, Lukita Erdinaya. 2004. Komunikasi Massa: Suatu Pengantar. Bandung. PT. Remaja Rosdakara.

Berger, Charles R, Roloff, Michael E., dan Ewoldsen, David R.Roskos, 2014.Handbook Ilmu Komunikasi, Bandung. Penerbit Nusa Media.

Budianto, Heri & Hamid, Farid. 2013. Ilmu Komunikasi: Sekarang dan Tantangan Masa Depan. Jakarta.Kencana Prenadamedia Group.

Cangara, Hafied, Pengantar Ilmu Komunikasi. 2002. Jakarta. PT.Rajawali Pers.

Gunawan, Fahmi and Alim, Nur. (2017). Religious Expression of Indonesia Scholars on Social Media. In: *Islam and Local Wisdom: Religious Expression in Southeast Asia*. Deepublish, Yogyakarta. pp. 226-243.

Gunawan, F. (2012). Cyberspace dan Bahasa Alay. *Kandai: Jurnal Bahasa dan Sastra*, *8*(2), 137-147.

Poerwaningtias, Intania, dkk.2013.Model-Model Gerakan Literasi Media dan Pemantauan Media di Indonesia. PKBP Yogyakarta.

Mc. Luhan, Mashall. 1968. *Understanding Media: Extension if Man* . USA: S Signet Book

Nasution, Zulkaimen, Perkembangan Teknologi Komunikasi. Jakarta. Universitas Terbuka, 2010.

Nurudin, 2008. Sistem Komunikasi Indonesia. Jakarta.PT.Raja Grafindo Persada.

________, 2008. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.

Severin, J. Werner dan Tankard, W. James. 2013. Teori Komunikasi, Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa, Edisi Kelima. Jakarta.Kencana Prenada Media Group.

Tamburaka, Apriadi. 2013.Literasi Media, Cerdas bermedia khalayak media massa. Rajawali Pers.

Vivian, John. 2008. Teori komunikasi Massa, Edisi Kedelapan. Jakarta. Kencana Prenada Media Group.

Internet

www.Iqbalnurhadi.com, diakses tanggal 22 Juli 2017

www.kompasiana.com diakses tanggal 18 Juni 2017

Religion Society & Social media

Respon dan refleksi para penulis buku ini sangat tampak setelah mengkaji relasi dinamika masyarakat dan media sosial dewasa ini. Media sosial telah banyak mempengaruhi perilaku kehidupan keseharian manusia, termasuk aspek keberagamaan manusia itu sendiri. Pengaruh tersebut dapat menjadi positif dan demikian pula menjadi negatif. Misalnya, orang dapat dengan mudahnya mendapatkan kajian agama di media sosial yang bahkan lebih menarik daripada ceramah agama di masjid. Akan tetapi di sisi lain, melalui media sosial pula, kelompok radikal dan teroris menjadi sangat mudah mengkampanyekan ideologi mereka yang keras dan kaku. Bahkan, pengetahuan dan pengalaman beragama pengguna media sosial berkembang sampai pada batas-batas yang menyentuh terbentuknya identitas sosial baru dengan latar agama. Misalnya, munculnya identitas muslim kaffah yang kemudian diperhadapkan dengan identitas keindonesiaan yang memancing posisi kita-mereka yang tentu saja berbahaya bagi keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) ini.

Di dunia pendidikan, media sosial dapat menjadi media pembelajaran yang efektif, tetapi juga sebaliknya dapat dimanfaatkan oleh lembaga-lembaga pendidikan untuk mempromosikan keunggulan lembaga pendidikannya yang sebenarnya tidak ada. Ironisnya lagi, orang tidak melakukan cek dan ricek tentang "jualan" lembaga pendidikan tersebut. Masalah yang juga menonjol di dunia pendidikan adalah munculnya *cyberbullying*. Anak-anak dan remaja bukan hanya menjadi korban, bahkan juga sebagai pelaku. Suasana online di media sosial mempunyai ciri khas yang tidak sama dengan dunia keseharian. Pengguna bisa sangat gampang keluar masuk dalam sebuah perbincangan, identitas bisa tidak dikenal, respon bisa didelay, informasi bisa masuk ke akun seseorang tanpa diminta, dan lain-lain. Oleh karena itu, isu tertentu di media sosial akan bisa segera viral dan memunculkan tanggapan berbeda. Pro dan kontra tidak dapat dihindari. Begitu pula, ujaran kasar, julukan-julukan yang menghina sangat mudah muncul, dan kesantunan berbahasa menjadi hilang sama sekali. Sentimen agama, kebencian dan ketersinggungan menjadi sangat mudah ditemukan di media sosial. Pada saat seperti ini, tampak tidak ada keinginan pengguna media sosial untuk menelusuri informasi yang yang lebih mendalam tentang kebenaran informasi yang disebarluaskan itu. Ajaran agama tentang tabayyun untuk mengklarifikasi berita atau infomasi, menjadi diabaikan. Isu-isu hubungan masyarakat dan media sosial tersebut dikaji lebih mendalam oleh para penulis artikel buku ini.

Buku ini hadir sebagai bagian dari usaha memetakan dinamika masyarakat dengan maraknya penggunaan internet yang tidak dapat dibendung, namun seharusnya dapat dikelola dengan baik. Buku ini hadir dari sebuah kegelisahan yang tak kunjung selesai mengenai hubungan masyarakat dan media sosial dewasa ini yang dibungkus dalam balutan agama. Selamat Membaca. (By-Editor).

Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Rajawali, Gang Elang 6 No.3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)
cs@deepublish.co.id @penerbitbuku_deepublish
Penerbit Deepublish www.penerbitbukudeepublish.com

Kategori : Pendidikan